

Державний вищий навчальний заклад
«Українська академія банківської справи
Національного банку України»
Кафедра іноземних мов

ПІДПРИЄМСТВА ФРАНЦІЇ
LES ENTREPRISES FRANÇAISES

Навчальний посібник
для аудиторної та самостійної роботи
з французької мови за професійним спрямуванням

Для студентів 3 курсу спеціальності «Міжнародна економіка»
Денної та заочної форми навчання

Суми
ДВНЗ «УАБС НБУ»
2009

УДК 811.133.1(075)
П 32

Рекомендовано до видання методичною радою факультету банківських технологій Державного вищого навчального закладу «Українська академія банківської справи Національного банку України», протокол № від

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри іноземних мов, протокол № 14 від 11.05.2009

Укладач:

асистент

Ю.А. Скарлупіна

Рецензенти:

викладач кафедри практики романо-германських мов

Сумського державного педагогічного університету ім. А.С. Макаренка

Н.О. Боряк;

кандидат філологічних наук, доцент

Л.В. Андрейко

Відповідальний за випуск

кандидат філологічних наук, доцент

І.А. Бокун

П 32 Підприємства Франції =Les entreprises françaises [Текст]: навчальний посібник для аудиторної та самостійної роботи з французької мови для студентів 3 курсу спеціальності «Міжнародна економіка» ОКР «Бакалавр» 6.050200 денної та заочної форми навчання / [Уклад. Ю.А. Скарлупіна.] – Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». - Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 105с. – (Французькою мовою)

Посібник складений з урахуванням вимог Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти і навчальної програми викладання французької мови. Загальною метою посібника є формування і розвиток у студентів професійних мовних компетенцій у сфері читання французькою мовою з професійною метою.

УДК 811.133. (075)

© ДВНЗ «Українська академія банківської справи
Національного банку України», 2009

SOMMAIRE

PRÉFACE.....	4
QUESTIONS DE CONTROLE.....	5
UNITE I ÉCONOMIE	6
UNITE II ENTREPRISES	14
UNITE III CREATION D'UNE ENTREPRISE	28
UNITE IV RESSOURCES HUMAINS	56
UNITE V DROIT DE L'ENTREPRISE	64
UNITE VI FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE.....	66
ANNEXE 1.....	93
ANNEXE 2	93
ANNEXE 3.....	94
BIBLIOGRAPHIE.....	105

PREFACE

D'après le Cadre européen commun de référence pour l'apprentissage des langues, « il faut continuer à intensifier l'apprentissage et l'enseignement des langues... pour favoriser une plus grande mobilité, une communication internationale plus efficace qui respecte les identités et la diversité culturelle, un meilleur accès à l'information, une multiplication des échanges interpersonnels, l'amélioration des relations de travail et de la compréhension mutuelle. »

Dans ce contexte, lecture pour les buts professionnels semble une partie indispensable du processus de l'apprentissage et de l'enseignement de la langue française des affaires. Il s'agit ici du « français sur objectifs spécifiques », une méthode de la langue centrée sur une spécialité et couvrant un spectre assez large pour répondre aux attentes d'un public diversifiée.

Ce manuel a pour le but de proposer les activités d'entraînement, qui sont destinées aux étudiants de la spécialité « Économie Internationale » en situation d'apprentissage en groupe ou individuel. Le manuel se compose des documents authentiques, s'est-à-dire des messages élaborés par des francophones pour des francophones (les articles de la presse francophone dans ce cas) et des activités qui offrent un équilibre entre l'activité de compréhension et celle de production à l'oral comme à l'écrit.

Vous trouverez ci-dessous les questions à réfléchir. Tachez de les répondre en lisant ce livret et, peut-être, en ajoutant des informations de votre expérience.

Bonne chance !

QUESTIONS DE CONTROLE

1. Comment peut-on caractériser l'économie de la France ?
2. Qu'est-ce qu'on comprend sous le terme « économie » ?
3. Qui sont les agents économiques et quelles fonctions exercent-ils ?
4. En quoi consiste le circuit économique ?
5. Quels facteurs est-ce qu'on utilise pour donner la définition de l'entreprise ?
6. Quelle classification des entreprises emploie-t-on ?
7. Quels types structurels des entreprises existent aujourd'hui ?
8. Est-ce qu'il existe le profil idéal pour un créateur d'entreprise ?
9. Quelles qualités personnelles et professionnelles sont nécessaires pour commencer son propre affaire ?
10. Quelles sources de financement de l'entreprise existent-ils ?
11. Comment choisit-on le lieu de l'implantation de l'entreprise ?
12. Comment peut-on réussir dans le monde des affaires ?
13. Pourquoi est-il nécessaire de prendre en considération la diversité culturelle ?
14. Le règlement intérieur, qu'est-ce qu'il a pour rôle ?

UNITE I ÉCONOMIE

Texte A : ÉCONOMIE DE LA FRANCE

L'économie de la France traite de la situation économique conjoncturelle et structurelle de la France de nos jours. En 2008, la France est la 5^e puissance économique mondiale, derrière les États-Unis, le Japon, la Chine, l'Allemagne et devant le Royaume-Uni. En 2007, la valeur de son PIB est de 1 892 milliards d'euros. Elle se classe au 17^e rang pour le PIB par habitant en taux de change nominal, légèrement au-dessus de la moyenne de l'UE-15. En classement par PIB en PPA, la France est la 7^e puissance économique.

L'économie française est principalement une économie de services : le secteur tertiaire occupe 72 % de la population active, tandis que le secteur primaire (agriculture, pêche,...) n'en représente plus que 4 %, et le secteur secondaire (essentiellement l'industrie) 24 % (en 1999). L'économie française est une économie de plus en plus ouverte, occupant une place importante dans les échanges commerciaux internationaux. La France est le 5^e pays pour ses exportations et le 6^e pour ses importations. En 2006, les exportations représentent 26 % du PIB et les importations 27 %. La balance commerciale (biens et services) est devenue déficitaire en 2004, et ce déficit s'est accru en 2005 et 2006¹¹. Le taux de chômage reste plus élevé que ceux des autres pays développés. Le taux d'emploi (63,8 % en 2006), proche de la moyenne européenne (64,8 %), est plus faible que celui de l'UE-15 (66,2 %), et de la moyenne des pays développés, en particulier pour les seniors, les moins de 30 ans, et les personnes faiblement qualifiées.

Pendant longtemps, la France est restée la 4^e puissance économique ; elle a été dépassée par la Chine en 2006, et le sera probablement par des puissances émergentes (en particulier par l'Inde). La France fait partie des pays fondateurs de l'Union européenne et de la zone euro. Au cœur d'une zone économiquement très développée, son économie a bénéficié de la mise en place du marché commun européen. L'intervention de l'État dans l'économie est traditionnellement importante. Le niveau de dépenses publiques et donc d'imposition est parmi les plus élevés au monde. À partir de 1986, l'État a privatisé un grand nombre d'entreprises publiques mais son influence sur l'économie reste forte.

La croissance du PIB par habitant français a été plus faible que celle d'autres pays développés au cours des deux dernières décennies, provoquant des débats sur la réalité de ce décalage et sur les réformes économiques qui pourraient y remédier.

Activité 1 : Expliquez le sens des mots soulignés, en consultant le glossaire au cas de nécessité. Traduisez et apprenez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots et traduisez-les.

Activité 2 : Composez le plan du texte .

Activité 3 : Écrivez le résumé du texte (annexe 1).

Texte B LE DOMAINE DE L'ECONOMIE

1. ...

Chaque mois, Monsieur Toutlemonde perçoit un salaire avec lequel il paye son loyer, les diverses factures qu'il reçoit (eau, électricité, téléphone...). Mais au chapitre des dépenses, il y a aussi la nourriture, les vêtements et l'essence de sa voiture, qui de temps en temps tombe en panne et qu'il faut bien faire réparer au garage du coin. Et puis Monsieur Toutlemonde est un bon-vivant amateur de restaurants et de bons vins auxquels il consacre une part non négligeable de son budget. Heureusement son confortable salaire lui permet de faire des économies, qu'il place en partie à la Caisse d'épargne. Mais Monsieur Toutlemonde est aussi un boursicoteur invétéré et il passe de longues heures sur Internet où il achète et vend des actions en ligne. Et puis sa générosité naturelle l'amène souvent à donner une petite pièce aux SDF qu'il rencontre. Sans oublier les étrennes à ses neveux et nièces au moment de Noël. On peut comprendre que dans toutes les activités de Monsieur Toutlemonde, beaucoup ont un rapport avec l'économie, la difficulté étant de différencier ce qui est économique de ce qui ne l'est pas.

2. ...

- L'économie est la science qui étudie comment l'homme lutte contre la rareté des biens pour satisfaire ses besoins.
- L'économie consiste à observer et à résoudre les contradictions entre les ressources et les besoins des individus.
- L'économie cherche à fournir aux individus des solutions qui leur permettront d'obtenir le maximum de satisfaction à partir des ressources rares dont ils disposent.
- L'économie, c'est la vie des hommes au travail afin de produire des biens et des services nécessaires à la satisfaction de ses besoins.
- L'économie traite de ce que nous gagnons et de ce que nous pouvons acheter. Elle est au cœur de la vie sociale.

3. ...

"L'économie est la science qui étudie comment des ressources rares sont employées pour la satisfaction des besoins des hommes vivant en société ; elle s'intéresse d'une part aux opérations essentielles que sont la production, la distribution et la consommation des biens, d'autre part aux institutions et aux activités ayant pour objet de faciliter ces opérations." E. Malinvaud.

4. ...

Le problème économique se pose en termes simples : d'une part les besoins sont illimités, d'autre part les biens et services sont limités, d'où la nécessité d'effectuer des choix.

Activité 1 : Retrouvez les sous-titres

- a. Un domaine difficile à cerner.
- b.** Une définition synthétique.
- c.** Le problème économique.
- d.** Quelques brèves définitions.

Activité 2 : Répondez aux questions.

- a. À votre avis, pourquoi le personnage du texte s'appelle Toutlemonde ?
- b. En quoi consiste « un rapport avec l'économie » ?

Activité 3 : Expliquez le sens des mots soulignés, traduisez et apprenez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots et traduisez-les.

Texte C LES AGENTS ECONOMIQUES

Tandis que le professeur achète un livre, l'agriculteur demande un prêt à sa banque, l'étudiant paie ses droits d'inscription à l'université, le retraité vend ses actions. Chacune de ces personnes effectue un acte économique différent et joue un rôle dans le grand monde de l'économie.

Tous les individus d'une société participent à la vie économique : ce sont les agents économiques. Tous ces agents prennent des décisions et réalisent des opérations économiques les mettant en relation les uns avec les autres : ils exercent une activité, perçoivent des revenus, dépensent, accumulent du capital, prêtent, empruntent ...

Les agents ont plusieurs fonctions dans la vie économique : un même agent peut à la fois produire et consommer. Mais, pour simplifier, on peut associer à chaque agent une fonction économique principale :

- ceux qui produisent : fonction de production.
- ceux qui consomment : fonction de consommation.
- ceux qui redistribuent les revenus : fonction de répartition.

On regroupe ces agents économiques en tenant compte de leur activité principale pour les classer en cinq principaux secteurs, appelés secteurs institutionnels :

Les entreprises

Les ménages

Les administrations

Les institutions de crédit

Le reste du monde

1. Les entreprises.

Entreprises publiques ou privées, elles utilisent des hommes, du matériel, des matières premières afin de produire des biens ou des services en vue de satisfaire des besoins.

Les activités des producteurs sont classées en 3 secteurs: le secteur primaire (agriculture, pêche, extraction de minerais), le secteur secondaire (les industries en général: industries de transformation, industrie chimique, etc.) et le secteur tertiaire (commerce, artisanat, services, transport).

Certains économistes évoquent aussi l'existence d'un secteur quaternaire : l'ensemble des activités de service liées à la gestion et la diffusion de l'information.

2. Les ménages.

On regroupe sous le terme « ménages » l'ensemble des individus partageant le même domicile et dont l'activité est essentiellement la consommation : célibataires, familles, collectivités (casernes, hospices...).

Les ménages jouent un double rôle dans l'économie :

- ils fournissent le travail et, en échange, perçoivent un salaire.
- ils consomment des biens et services et, en contrepartie, donnent ce que l'on nomme "la dépense des ménages" et qui est en fait le prix des biens et services.

Les consommateurs sont classés en un nombre de catégories socioprofessionnelles présentant chacune une certaine homogénéité sociale :

- les agriculteurs exploitants.
- les artisans, commerçants et chefs d'entreprises.
- les cadres et professions intellectuelles supérieures.
- les professions intermédiaires.
- les employés.
- les ouvriers.
- les retraités.
- autres personnes sans activité professionnelle.

3. Les administrations.

Ce sont les institutions et organisations qui rendent des services sans rechercher de profit ou qui agissent sur la répartition des richesses.

On distingue :

Les administrations publiques, regroupant l'Etat, les Collectivités locales, la Sécurité Sociale, qui produisent des services non marchands destinés à la collectivité ou redistribuent des revenus, et dont le financement est assuré par la collectivité.

Les administrations privées, qui regroupent l'Eglise, les syndicats, les associations, les partis politiques, qui produisent des services destinés à leurs membres, sans but lucratif, et dont le financement est effectué par l'intermédiaire des cotisations versées par les membres et de subventions.

4. Les institutions financières.

Ce sont essentiellement les banques, les caisses d'épargne, la Banque de France et les autres établissements de crédit. Elles produisent des services financiers qui consistent à assurer l'émission de moyens de paiement, de placement, de financement et à collecter l'épargne des autres agents. Elles assurent le financement de l'économie.

5. Le Reste du monde.

Le reste du monde, appelé encore "l'Extérieur", est une expression économique qui désigne l'ensemble des acteurs étrangers qui effectuent des échanges avec les acteurs économiques nationaux. Il s'agit d'un acteur fictif qui permet de mettre en évidence l'existence d'échanges de biens et de services avec l'étranger.

Activité 1 : nommez les agents économiques.

- a. Elles utilisent des hommes, du matériel, des matières premières afin de produire des biens ou des services en vue de satisfaire des besoins.
- b. Elles rendent des services sans rechercher de profit ou qui agissent sur la répartition des richesses.
- c. Ils partagent le même domicile et leur activité est essentiellement la consommation : célibataires, familles, collectivités.
- d. Ils effectuent des échanges avec les acteurs économiques nationaux.
- e. Elles assurent le financement de l'économie.

Activité 2 : complétez la grille d'analyse.

Agents économiques	Fonctions
--------------------	-----------

--	--

Activité 3 : décrivez votre rôle à la vie économique.

Activité 4 : expliquez le sens des mots soulignés, traduisez et apprenez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots et traduisez-les.

Texte D LE CIRCUIT ECONOMIQUE

Les agents économiques sont tous en relation les uns avec les autres. Par exemple, les ménages ont des relations avec d'autres agents économiques comme les entreprises, les banques, les administrations, eux-mêmes en relations réciproques.

Ces échanges sont matérialisés par des flux. Les flux représentent les mouvements de biens et services et les mouvements de monnaie entre les différents agents économiques.

Le circuit économique est une représentation imagée et simplifiée de l'activité économique qui permet de décrire, au moyen des flux, les relations essentielles entre les différents agents.

Chaque flux est caractérisé par sa nature et le sens du mouvement, représente, par convention, au moyen d'une flèche orientée.

Dans une économie simplifiée composée d'agents qui produisent (les entreprises) et d'agents qui consomment (les ménages), on peut schématiser la circulation entre eux de la façon suivante :

- Les ménages fournissent aux entreprises des services et des biens productifs et ces dernières leur livrent des biens et services : ce sont les flux réels ou matériels :

ménages ----- travail -----> entreprises

- La contrepartie de ces flux réels est constituée par les flux monétaires ou financiers qui représentent les échanges d'argent, revenus et dépenses des ménages.

ménages <----- salaire ----- entreprises

Les flux sont, en général, réciproques et à un flux réel, le travail par exemple, correspond, en contrepartie, un flux monétaire, le salaire.

Cependant, certains flux sont unilatéraux et n'ont donc pas de contrepartie. Il peut s'agir, par exemple, d'un flux réel qui n'a pas de contrepartie monétaire, comme le service gratuit d'une administration publique ou le travail d'un bénévole pour une association. A l'inverse, un flux monétaire peut ne pas donner lieu, en retour, à un flux réel ou un flux monétaire : ce sera le cas, par exemple, pour un don effectué par un ménage à la Croix Rouge qui est une administration privée.

Activité 1 : complétez les phrases.

1. Les agents économiques...
2. ... représentent les mouvements de biens et services et les mouvements de monnaie...
3. ... une représentation imagée et simplifiée de l'activité économique qui permet de décrire...
4. Les ... fournissent aux ... des services et des ... productifs et ces dernières leur livrent des biens et ... : ce sont les flux réels ou

5. La contrepartie de ces flux réels est constituée...
6. Les flux sont, en général, ... et a un flux ..., le travail par exemple, correspond, en contrepartie, un flux ..., le salaire.
7. Cependant, certains flux sont ... et n'ont donc pas de

Activité 2 : faites les groupes des mots, traduisez et apprenez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots et traduisez-les.

flux	économique
flux	réel
flux	de monnaie
circuit	monétaire
mouvements	matériel
mouvements	gratuit
service	des biens et des services

Activité 3 : répondez aux questions.

1. Quels échanges sont matérialisés par des flux ?
2. Qu'est-ce qu'on comprend sous le terme « circuit économique » ?
3. Qu'est-ce qu'on utilise pour caractériser des flux ?
4. Comment peut-on décrire des échanges entre des ménages et des entreprises ?
5. Quel flux n'ont pas de contrepartie ?

UNITE II ENTREPRISES

Texte A : IDENTIFICATION

La notion d'entreprise n'est pas univoque et dépend du point de vue dont on l'aborde : juridique, économique, sociologique...

1. ...

En synthétisant les différentes approches, on peut définir l'entreprise à la fois comme un groupe social structuré et organisé (rôle social) et comme un agent économique qui produit des biens et des services (en combinant des facteurs de production), et repartit de la richesse (en versant des salaires, en payant des impôts...).

2. ...

Pour produire, l'entreprise combine plusieurs facteurs :

- du capital : les ressources financières (capital financier) et les machines, les bâtiments...(capital technique) ;
- du travail : les femmes et les hommes, qualifiés ou non, qui effectuent un travail manuel ou intellectuel ;
- des matières premières et de l'énergie : les éléments consommés (électricité, charbon...) ou transformés (la planche qui sert à faire le meuble, la tôle qui sert à faire la carrosserie de la voiture...) dans le processus de production (ce sont les consommations intermédiaires) ;
- des informations : brevets, licences, informations venant de l'environnement et du marché.

3. ...

L'entreprise n'est pas une cellule isolée, elle est en interaction constante avec un environnement varié et complexe, qui va avoir une incidence sur son activité. On peut identifier, entre autres, les éléments suivants :

- l'environnement économique : situation économique générale...
- l'environnement technologique : progrès technologiques, innovations, nouvelle organisation du travail...
- l'environnement concurrentiel : comportement de la concurrence, nombre d'acteurs...
- l'environnement juridique : droit du travail, droit commercial, droit de la consommation...
- l'environnement social : évolution des qualifications, développement de l'emploi féminin...
- l'environnement démographique : structure par âge de la population...
- l'environnement socioculturel : modes de vie...
- l'environnement géographique : climat, environnement...

Activité 1 : Retrouvez les sous-titres.

- a. Définition.
- b. Les facteurs de production.
- c. L'environnement de l'entreprise.

Activité 2 : Répondez aux questions.

1. En quoi consiste le rôle de l'entreprise comme un agent économique ?
2. Quelle influence de l'environnement sur l'entreprise peut-on nommer ?
3. Comment comprenez-vous la notion l'environnement socioculturel ?

Activité 3 : Expliquez le sens des mots soulignés. Traduisez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots et traduisez-les.

Texte B L'ACTIVITE DE L'ENTREPRISE

La classification des entreprises peut se faire en fonction de leur domaine d'activité et donner lieu à une typologie par secteur d'activité ou secteur d'entreprise, et branche d'activité ou nature de l'activité.

1. ...

Il s'agit de la typologie classique (décrite par Colin Clark), qui distingue :

- le secteur primaire, regroupant l'ensemble des entreprises productrices de matières premières: agriculture, mines, pêche, exploitation forestière.
- le secteur secondaire, rassemblant les activités de transformation des matières premières en biens productifs ou en biens de consommation (artisanat et entreprises industrielles).
- le secteur tertiaire, englobant les entreprises prestataires de services ou commerciales (banques, commerces, santé etc.).

Certains économistes évoquent aussi l'existence d'un secteur quaternaire. Ce nouveau secteur, appelé aussi nouvelle économie, regroupe l'ensemble des activités de service liées à la gestion et la diffusion de l'information : les autoroutes de l'information, les banques de données, l'Internet, le multimédia...

D'autres appliquent la dénomination de secteur quaternaire au secteur d'activités non concurrentiel, actuellement en plein développement. Après le secteur primaire : les produits du sol, le secteur secondaire : la production industrielle, et le secteur tertiaire : les services publics ou privés, vient s'ajouter aujourd'hui le secteur quaternaire qui concerne les productions sociales et écologiques. Ou si l'on préfère «l'Économie Solidaire», destinée à compenser la dure déshumanisation de l'économie de marche et qui se distingue par son but non lucratif.

2. ...

- Secteur d'entreprise.

Concept créé par l'INSEE et utilisé dans le cadre de la comptabilité nationale, il regroupe les entreprises ayant la même activité principale mais qui peuvent avoir des activités secondaires différentes. Par exemple, Renault et Peugeot ont la même activité principale et appartiennent au secteur automobile. Leurs activités secondaires sont par contre très différentes. Alors que Peugeot construit des scooters (Peugeot Motocycles), s'occupe de transport et de logistique (GEFCO) ou fabrique des équipements (sièges, pots d'échappement) pour les voitures (Faurecia), Renault a créé un organisme de crédit automobile offrant aux clients des financements et des services compétitifs (RCI Banque).

- Branche d'activité.

C'est le produit ou le type de produit qui définit la branche. Elle regroupe donc des entreprises entières ou des parties d'entreprises qui participent à la fabrication d'une même catégorie de produit.

3. ...

L'entreprise agricole cultive la terre et vend la récolte.

L'entreprise artisanale effectue un travail manuel pour le vendre.

L'entreprise industrielle transforme la matière première et vend des produits finis (ou semi finis).

L'entreprise commerciale achète un bien pour le revendre, sans transformation.

L'entreprise prestataire de services fournit un travail, sans fabriquer d'objet, et le vend.

Activité 1 : retrouvez les rubriques.

- a. Secteur d'activité.
- b. Nature de l'activité.
- c. Secteur d'entreprise et branche d'activité.

Activité 2 : faites les groupes des mots, traduisez et apprenez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots et traduisez-les.

secteur	nationale
domaine	de l'information
branche	manuel
activité	d'activité
activité	compétitifs
autoroutes	secondaire
banque	d'activité
comptabilité	des données
service	principale
travail	d'activité

Activité 3 : répondez aux questions.

- a. Quels critères utilise-t-on pour classer les entreprises ?
- b. La typologie classique, combien de secteurs comprend-elle ?
- c. Qu'est-ce qu'on entend sous «secteur quaternaire» ?
- d. Les entreprises ayant la même activité principale, peuvent-elles avoir des activités secondaires différentes ?
- e. Quelles entreprises sont regroupées par la branche d'activité ?

- f. Quels types des entreprises est-ce qu'on distingue d'après leur nature d'activité ?

Texte C LA PRATIQUE DE LA VENTE : IDEES GENERALES SUR L'ESPRIT DE LA VENTE PARTAGEES PAR DES PRATICIENS DE LA VENTE NON SEDENTAIRE

L'acte de vente est d'abord séduction.

La vente c'est une double compétence : connaissance du produit, maîtrise de la relation.

C'est un art. Et posséder son art c'est maîtriser l'ensemble des techniques permettant l'accomplissement d'une œuvre. Vendre requiert des connaissances approfondies comme dans tout autre métier.

C'est un comportement. Empathie, enthousiasme, optimisme (bonne résistance à l'échec), humour, simplicité, opiniâtreté sont des qualités comporte mentales de base qu'il est bon d'avoir.

La vente n'est pas seulement une question de créativité, mais de compilation instinctive d'un ensemble de données (connaissances acquises par la pratique, par la formation, impressions ressenties, sensibilité personnelle) dans le but de convaincre et surtout de persuader. Dans certains cas, un client peut être convaincu mais non persuadé et ne pas acheter.

La vente commence, quand le client dit non. On ne vend pas le produit, on vend l'idée du produit.

Vendre, c'est d'abord savoir écouter. Avant d'argumenter, il est préférable de connaître les attentes de l'interlocuteur.

La vente est l'acte le plus agréable du métier de vendeur. Elle résulte en fait d'une série d'autres actes plus ou moins contraignants (prospection, tenue de fichier, envoi de documentations, prise de rendez-vous, rédaction de rapports et de devis, relances des clients, établissement de tableaux de suivi d'activité...)

Activité 1 : répondez aux questions.

- a. De quoi s'agit-il dans le texte ?
- b. Comment les auteurs décrivent-ils le procès de la vente ? Partagez-vous leurs sentiments ?
- c. Quels traits du caractère sont impérativement nécessaires pour un vendeur ?

Activité 2 : trouvez les antonymes pour tous les mots, qui indiquent les qualités d'une personne ; e. g. optimisme – pessimisme. Traduisez et apprenez-les.

Activité 3 : présentez votre profession en mentionnant votre point de vue sur le procès du travail et les qualités personnelles et professionnelles d'un spécialiste dans ce domaine.

Texte D La taille de l'entreprise

La taille d'une entreprise peut se mesurer à l'aide de plusieurs critères, qu'il convient de combiner.

1 ...

	Nombre de salaires
Micro-entreprise	0
Très petite entreprise	1 à 9
Petite entreprise	10 à 49
Moyenne entreprise	50 à 499
Grande entreprise	De 500 à 999
Très grande entreprise	Plus de 1000

Les petites et moyennes entreprises sont regroupées sous le sigle P.M.E. (ou PME), ensemble qui englobe généralement aussi les petites et moyennes industries (P.M.I.). En termes d'effectifs, la PME emploie de 10 à 499 salariés. Les PME représentent plus de 90% des entreprises françaises.

Les micro-entreprises et les très petites entreprises se rencontrent principalement chez les artisans, les commerçants et les agriculteurs.

Le classement par taille doit être analysé avec prudence, la généralisation des nouvelles technologies ayant fait fondre les effectifs de certaines grandes entreprises.

Par ailleurs, une entreprise peut faire un chiffre d'affaires important avec un nombre limité de salariés (dans le commerce, par exemple).

2. ...

Le chiffre d'affaires (C.A.) mesure la valeur des ventes réalisées par une entreprise sur une période donnée. On le calcule en multipliant la quantité de produits vendus par leur prix unitaire. Même s'il est pratique pour évaluer le poids économique des entreprises et faire des comparaisons internationales, l'inflation et les fluctuations des taux de change rendent son utilisation difficile.

3. ...

Elle mesure la contribution d'une entreprise à la création de richesse, sa production effective. Elle est égale à la différence entre la valeur finale du produit et la valeur des consommations intermédiaires (énergie, matières premières, produits semi-finis, etc.) utilisées pour sa fabrication.

4. ...

Ils sont constitués du capital social (argent apporté par les propriétaires pour créer l'entreprise) et de l'autofinancement (l'épargne de l'entreprise).

Activité 1 : Retrouvez les sous-titres.

a. La Valeur ajoutée.

- b. L'effectif employé.
- c. Les capitaux propres.
- d. Le Chiffre d'affaires.

Activité 2 : déchiffrez les sigles. Traduisez et apprenez-les.

CA, PME, TPE, P.M.I.

Activité 3 : vrais ou faux?

1. Il existe un seul critère pour mesurer la taille de l'entreprise.
2. Les PME représentent la plupart des entreprises françaises.
3. Il n'est pas possible de faire un chiffre d'affaires important avec un nombre limite de salariés.

Texte E QUEL EST LE STATUT SOCIAL ET FISCAL DU VENDEUR A DOMICILE?

Il existe trois catégories de vendeurs à domicile :

- Ceux qui n'exercent pas leur activité de façon autonome : ce sont des salariés à part entière, liés à leur employeur par un contrat de travail. Ils sont imposés au titre de l'impôt sur le revenu dans la catégorie des traitements et salaires, et appliquent les abattements de 10% (ou frais professionnels) et 20%.
- Ceux qui exercent leur activité de façon autonome, à titre de profession habituelle, en étant inscrits au Registre du commerce et des sociétés ou au Registre spécial des agents commerciaux. Ils entrent dans la catégorie des non salariés. Ils sont imposés au titre de l'impôt sur le revenu dans la catégorie des Bénéfices non commerciaux s'ils sont mandataires et des Bénéfices industriels et commerciaux s'ils sont acheteurs-revendeurs ou courtiers.
- Ceux qui exercent leur activité de façon autonome, mais occasionnellement, sans être inscrits au Registre du commerce et des sociétés ou au Registre spécial des agents commerciaux. Ils sont "assimilés salariés", c'est-à-dire qu'ils sont considérés comme des salariés pour la sécurité sociale et comme des non salariés en droit du travail (statut identique à celui des gérants minoritaires de SARL ou des présidents de SA).

On les désigne sous le nom de V.D.I. ("Vendeur à Domicile Indépendant").

D'un point de vue fiscal, leurs revenus sont imposés dans la catégorie :

- des bénéfices non commerciaux, s'ils sont mandataires,
- des bénéfices industriels et commerciaux, s'ils sont acheteurs-revendeurs ou courtiers.

Ils relèvent du régime micro-entreprise.

Particularité du régime social des "assimilés salariés"

Si le vendeur à domicile et l'entreprise sont d'accord, ils peuvent opter pour un système forfaitaire de calcul des cotisations sociales. Le régime applicable est alors le suivant :

- Lorsque la rémunération brute trimestrielle est inférieure à 3 plafonds journaliers de

sécurité sociale, on considère que cette rémunération représente des frais professionnels. Elle ne donne donc pas lieu au versement de cotisations.

- Lorsque la rémunération brute trimestrielle, après abattement (1), est inférieure à 8 plafonds journaliers de sécurité sociale, la cotisation est forfaitaire :

- 0,33 % étant à la charge du vendeur,

- et 0,67 % à la charge de l'entreprise.

- Lorsque la rémunération brute trimestrielle, après abattement (1), est comprise entre 8 et 27 plafonds journaliers de sécurité sociale : les cotisations sont calculées par application des taux URSSAF de droit commun sur des assiettes forfaitaires allégées.

- Lorsque la rémunération brute trimestrielle, avant abattement (1), dépasse 27 plafonds journaliers de sécurité sociale : les cotisations sont calculées par application des taux URSSAF de droit commun sur la rémunération réelle.

(I) En cas d'application des dispositifs forfaitaires (cotisation et assiette), pour déterminer la tranche dans laquelle il se situe, le vendeur à domicile doit soustraire, au montant de sa rémunération trimestrielle brute, un abattement forfaitaire de 10 % représentatif des frais professionnels, avec :

- un minimum égal à la valeur de 6 plafonds horaires de sécurité sociale (90 euros),

- et un maximum égal à 17 plafonds horaires de sécurité sociale (255 euros).

A partir de quel seuil un vendeur "assimilé salarié" doit-il demander son immatriculation en qualité de travailleur indépendant ?

Lorsqu'il a exercé l'activité de vente à domicile durant trois années civiles complètes et consécutives du 1er janvier au 31 décembre, même de façon intermittente, et qu'il en a tiré, pour chacune de ces trois années, un revenu brut supérieur à 50 % du plafond annuel de la sécurité sociale.

L'inscription au Registre du commerce et des sociétés ou au Registre spécial des agents commerciaux est alors obligatoire à compter du 1er janvier qui suit.

Activité 1 : répondez aux questions.

- Qu'est-ce qu'on comprend sous «VDI » ?
- Quelles catégories des vendeurs à domicile existent ?
- Leurs revenus, comment sont-ils imposés ?
- Il s'agit de quel type de l'entreprise ?
- En quoi consiste l'accord entre l'entreprise et un vendeur "assimilé salarié"?
- Quand peut-il s'enregistrer comme un travailleur indépendant ?

Activité 2 : associez les notions avec leurs définitions.

Salariés à part entière	Ils exercent leur activité de façon autonome, mais occasionnellement.
Non salariés	Ils exercent leur activité de façon autonome.
Assimilés salariés	Ils sont liés à leur employeur par un contrat de travail

Activité 3 : complétez les phrases et traduisez-les.

- Ils sont imposés au titre de l'... sur le ... dans la catégorie des ..., et appliquent les ...

2. Ils sont “assimilés salariés”, c’est-à-dire...
3. Si le vendeur à domicile et l’entreprise sont d’accord...
4. En cas d'application des dispositifs forfaitaires...
5. ... obligatoire à compter du 1er janvier qui suit.

Texte F LES STRUCTURES DES ENTREPRISES

Dans l’entreprise, les problèmes de structure n’apparaissent que lorsque la firme a atteint une certaine dimension. En effet, dans les petites entreprises, les problèmes de structure disparaissent derrière les questions de rapports entre les personnes, car il n’existe pas de services distincts. Les choix, en matière de structure, interviennent lorsque l’on recourt à des intermédiaires entre la direction et les exécutants.

La structure d’une entreprise est constituée par ses divers organes et les relations entre eux. Elle forme le schéma de répartition des tâches, des pouvoirs et des responsabilités. Établir la structure c’est à la fois :

- définir les services à constituer,
- délimiter les activités de chaque service,
- préciser les relations entre services qui peuvent être hiérarchiques, fonctionnelles, de conseil ou de prestation.

L’analyse traditionnelle, à partir de la réflexion des théoriciens et de l’observation, distingue quatre grands types structurels.

La structure hiérarchique

La structure hiérarchique est celle dans laquelle un subordonné ne reçoit d’ordres que d’un seul chef, auquel il rend compte. C’est la structure de type militaire, préconisée par Fayol. Elle se présente sous une forme pyramidale. La hiérarchie est constituée par « la série des chefs » et la voie hiérarchique est le chemin que suivent les communications passant par tous les degrés.

Dans un tel système, les délégations d’autorité successives peuvent être faites selon différents critères. Ainsi, beaucoup de grandes entreprises utilisent successivement les quatre critères du produit, de la fonction, du nombre et de la région pour bâtir leur structure. L’entreprise est divisée en départements par produits. Chaque unité de produit (département) est divisée en fonctions (technique, commerciale, financière, par exemple).

Chaque fonction a une hiérarchie fondée sur un critère géographique (par exemple, directeurs régionaux de vente, directeurs d’usine).

Chaque unité géographique établit en son sein une hiérarchie fondée sur le principe numérique (ouvriers par contremaître ; contremaîtres par chef d’atelier ; ou

bien magasins par représentant, représentants par inspecteur des ventes, inspecteurs par directeur régional).

Du point de vue de ses avantages la structure hiérarchique est simple, facilement compréhensible, claire. Chacun y connaît exactement son rôle. Elle évite donc les omissions, les doubles emplois, la dilution de l'autorité et de la responsabilité. Enfin elle assure l'unité de direction.

En contrepartie, ses inconvénients proviennent de sa rigidité, de la lenteur des décisions, des retards et des déformations dans la transmission de l'information.

La structure fonctionnelle

Contemporain de FAYOL, l'organisateur américain TAYLOR critiqua la structure hiérarchique. En effet, dans ce schéma un subordonné dépend d'un seul chef pour la totalité de son activité. Ce supérieur doit donc avoir des connaissances très étendues, excédant fréquemment la capacité d'un seul homme. Taylor proposa donc l'adoption d'une structure fonctionnelle dans laquelle chaque subordonné dépend de plusieurs chefs, chacun d'eux ayant une autorité limitée à sa spécialité appelée autorité fonctionnelle.

Les fondements d'une telle structure sont la séparation des tâches de préparation des activités d'exécution, l'accroissement de la compétence des chefs par leur cantonnement dans une étroite spécialisation, la concentration en un seul service de moyens auparavant dispersés ce qui permet des « économies d'échelles ».

Mais ses inconvénients sont importants :

- dilution de l'autorité et de la responsabilité entre plusieurs chefs, difficultés de coordination car chacun n'envisage l'entreprise que du seul point de vue de sa fonction,
- risque de non exécution de certaines tâches, chacun croyant qu'un autre s'en charge.
- Aussi, les entreprises n'adoptent pratiquement jamais une structure fonctionnelle pure.

La structure hiérarchique fonctionnelle

Par contre, il existe fréquemment des services fonctionnels ayant une autorité limitée à un certain domaine. Ils peuvent imposer certaines actions aux autres services, notamment par une réglementation.

La réalité montre ainsi l'existence de structures mixtes, pour partie hiérarchiques et pour partie fonctionnelles. Les services fonctionnels, à autorité spécialisée, greffés sur une structure hiérarchique, se rencontrent principalement dans trois cas.

Dans les très grandes sociétés, le conseil d'administration ou le directoire réparti entre ses membres l'activité d'ensemble de l'entreprise et charge chacun d'animer une des fonctions de l'entreprise.

Dans la fabrication, les services de préparation du travail exercent une autorité spécialisée, en définissant le programme de production, l'ordre d'exécution, les modes opératoires. Cette autorité s'exerce sur les ateliers de production.

Dans les entreprises décentralisées, il existe, au siège, des départements fonctionnels qui s'occupent des liaisons avec les services spécialisés des unités décentralisées et peuvent leur imposer des réglementations à respecter (politique sociale ou financière par exemple).

La structure hiérarchique avec état major

Cette structure est un système qui cherche à cumuler les avantages et à éliminer les inconvénients du modèle hiérarchique et de la structure fonctionnelle. Il repose sur deux principes :

- l'unité de commandement : c'est à dire un seul chef pour un subordonné,
- la nécessité de recourir à des spécialistes pour la préparation des décisions et le contrôle de leur application.

Deux types d'organes sont donc nécessaires : les organes hiérarchiques qui disposent, seuls, de l'autorité, les organes d'état major placés auprès des organes hiérarchiques et qui ont une fonction de conseil, d'étude, de préparation et de contrôle.

Ces organes de conseil spécialisés sont l'analogue économique de l'état major militaire. Ils ressemblent aux fonctionnels par leur activité spécialisée ; ils en diffèrent car ils n'ont pas d'autorité, mais une simple fonction de conseil de l'organe hiérarchique auquel ils sont rattachés. En général l'état major n'existe qu'aux échelons élevés de la hiérarchie.

Cette classification des structures est utile dans la mesure

- où elle met en évidence des types purs.
- où elle permet de dégager des critères de choix entre eux selon les entreprises.

Mais il ne faut pas la prendre avec trop de rigueur. Dans beaucoup d'entreprises ce sont des types mixtes qui existent. En particulier ce qui est très fréquent c'est la pluralité des rôles d'un même organe. Selon le service avec lequel il se trouve en relation un organe pourra tantôt avoir compétence fonctionnelle, tantôt autorité hiérarchique, tantôt faire office de conseil ou même être prestataire de services.

Par exemple la direction du personnel est très souvent :

- en position fonctionnelle vis à vis des autres organes pour les questions de gestion du personnel,
- en position de conseil (état major) vis à vis de la direction générale pour la définition de la politique sociale de la firme,
- en position de prestataire de services vis à vis des autres organes pour les programmes de formation et de perfectionnement,

- en position hiérarchique vis à vis des services spécialisés du personnel pouvant exister dans les divers établissements.

De nombreux autres organes sont dans une situation identique. Cette pluralité des rôles est la règle plutôt que l'exception. L'important est que, pour chaque poste la nature exacte de la liaison de son titulaire avec les autres organes soit explicitée pour éviter les malentendus et les frictions.

L'adaptation de la structure de la firme

A chaque étape de la croissance d'une **entreprise** correspond un type particulier de **structure**.

La petite entreprise

La petite entreprise constitue le premier stade de développement à partir duquel la structure se transforme pour s'adapter aux changements des activités de l'entreprise.

Elle se caractérise par :

- une structure hiérarchique,
- avec deux niveaux hiérarchiques.

Les ouvriers ou les employés assurent les tâches d'exécution, le patron s'occupe de la gestion, de la préparation, du contrôle et des relations extérieures (avec l'État, les fournisseurs et la clientèle).

La moyenne entreprise

L'entreprise moyenne se caractérise d'abord par le fait qu'elle exige au moins un échelon intermédiaire entre le patron et les ouvriers. Elle a recours à un système de délégation d'autorité qui crée des postes de commandement (contremaître, chef d'atelier). Mais la délégation d'autorité demeure limitée à des tâches matérielles et à des personnes spécialisées ; il n'existe pas de véritables services.

Sa seconde caractéristique provient de l'apparition d'assistants spécialisés dans le domaine des activités fonctionnelles autres que la production. Cette apparition est due à deux raisons :

- le dirigeant n'a plus le temps matériel de s'occuper de tous les problèmes de ventes et de gestion,
- le dirigeant n'a pas les compétences techniques qui deviennent nécessaires dans ces activités (comptabilité notamment).

La caractéristique de ces assistants spécialisés est qu'ils ne détiennent aucune délégation d'autorité.

La structure est donc passée du type hiérarchique simple au type hiérarchique avec état major.

La grande entreprise

A partir d'un certain volume d'affaires, le chef d'entreprise ne dispose plus du temps suffisant pour exercer son pouvoir de décision dans les domaines auxiliaires. Un nouveau système de délégation d'autorité apparaît ; mais il s'agit cette fois d'une autorité hiérarchique par fonction. La structure de l'entreprise est bâtie autour des grandes fonctions.

D'autre part, une autorité fonctionnelle peut être confiée à des services spécialisés comme le service du personnel, le service de sécurité qui édictent une réglementation valable pour tous les services (autorité sur les activités des autres services).

La direction élargit son horizon par des décisions à moyen terme (investissements). Elle se réserve les décisions concernant l'avenir et les décisions financières. Les services apparaissent.

La très grande entreprise

Lorsque l'entreprise poursuit sa croissance, une organisation par fonctions devient inapplicable, surtout si la croissance s'opère par diversification des produits. Par exemple, la notion de fonction de production n'a pas de signification pour une société chimique fabriquant des matières plastiques, des engrais, des colorants et des produits pharmaceutiques ; il en est de même de la fonction commerciale, car les canaux de distribution, les clients et les produits sont radicalement différents.

Il faut alors organiser les activités de la firme en unités autonomes par produits. C'est la règle générale pour toutes les très grandes entreprises G.M., FORD, I.B.M., TEXAS INSTRUMENTS, WESTINGHOUSE, pour ne citer que les exemples américains. Le chef de l'organisme décentralisé dispose alors d'une autonomie complète dans l'achat des matières premières, l'embauche du personnel, le programme de production, la création de réseaux commerciaux. Le contrôle de l'ensemble est cependant sauvegardé par l'organisation de chaque unité en centre de profit.

Activité 1 : répondez aux questions.

1. Pourquoi les problèmes de structure ne sont pas importants pour des TPE ?
2. Quelle structure compare-t-on avec une pyramide ou une armée ? Est-ce que cette comparaison est juste ?
3. Quels sont les fondements de la structure fonctionnelle ?
4. Quels types des entreprises adoptent, d'habitude, la structure hiérarchique fonctionnelle ? Pourquoi ?
5. Quels sont les principes de la structure hiérarchique avec état majeur ?

6. Est-ce que la structure doit impérativement poursuivre la croissance de l'entreprise ?

Activité 2 : complétez la grille d'analyse

Structures	Défauts	Avantages	Entreprises

Activité 3 : liez les parties et trouvez les phrases avec ces groupes des mots dans le texte. Traduisez et apprenez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces groupes des mots.

répartition	numérique
unité	des services
principe	extérieures
compétence	de personnel
structures	géographique
prestataires	mixtes
relations	des produits
délégation	d'autorité
service	des chefs
diversification	des tâches

Activité 4 : comment comprenez-vous les mots soulignés ?

UNITE III CREATION D'ENTREPRISE

Texte A PROFIL DU CREATEUR D'ENTREPRISE : LE CAS DE 2006

Après une relative stabilité pendant dix ans, le nombre annuel de créations d'entreprises a augmenté d'un tiers entre 2002 et 2006 passant de 215 000 à 286 000. Les conditions de la création ont été assouplies, notamment, par la loi pour l'initiative économique promulguée en août 2003, ce qui a pu susciter de nouvelles vocations. En effet, cette loi simplifie les formalités liées à la création d'entreprises, favorise le financement des entreprises nouvelles ou encore facilite la transition entre le statut de salarié et celui d'entrepreneur.

Profil du créateur en 2006

Sexe	Hommes		Femmes	
	71%		29%	
Age*	- 30ans	30-39 ans	40-49 ans	50 ans et +
	20,6% (23,7%)	35,5% (34,7%)	27,6% (27,3%)	16,3% (14,3%)
Diplôme* (1)	Aucun	CAP, BEP, Brevet	Baccalauréat	Supérieur au baccalauréat
	14,9 (9,3%)	35,5% (26,2%)	16,3% (19,1%)	33,3% (45,4%)
Situation avant la création	En activité	Au chômage (moins d'1 an)	Au chômage (plus d'1 an)	Sans activité professionnelle
	51%	21%	19%	9%

*Pour les hommes (pour les femmes, données entre parenthèses)

[INSEE Première, N° 1167 - décembre 2007](#)

Activité 1 : répondez aux questions

- Comment est-ce que le nombre annuel de créations d'entreprises a changé au période de 1996 à 2006 ?
- La loi de 2003, comment a-t-elle influencé le procès de création ?

Activité 2 : analysez les données et décrivez le profil du créateur le plus répandu en 2006.

Activité 3 : peut – on deviner les raisons de créer son entreprise pour tous les groupes, mentionnés dans le texte ?

Texte B LE PROFIL DU CREATEUR

Le profil idéal de l'entrepreneur existe-t-il? Non! Cependant, certaines qualités se retrouvent généralement chez les personnes qui ont réussi leur projet d'entreprise: le dépassement de soi, le goût pour les défis et le risque, la résistance au stress, la santé, la persévérance, le sens de l'organisation.

Le prix à payer pour créer une entreprise est très élevé tant en efforts, en temps, en argent ainsi qu'en confiance en soi. Il faudra bien souvent faire face à la solitude, l'insécurité, la méfiance, au sacrifice familial... Le soutien de votre entourage, en particulier de votre conjoint et de vos enfants, est un élément essentiel à la réussite de votre projet.

A côté de ces aspects à caractère "psychologique", vous devrez vérifier avant de vous installer si vous remplissez les conditions légales:

- être majeur (18 ans ou plus)
- ne pas avoir été déclaré personnellement en faillite
- ne pas être déclaré légalement incapable ou être mis sous contrôle judiciaire
- ne pas être condamné à une peine criminelle.

Sous certaines conditions, l'interdiction de poser des actes commerciaux peut être levée. N'hésitez pas à prendre contact avec nos conseillers qui analyseront votre situation.

Auto-évaluation

Il est communément admis que toute création d'entreprise devrait débiter par un bilan personnel, car la première des connaissances à maîtriser est celle de soi-même. En dehors de vos motivations (dont l'une n'est pas meilleure que l'autre), vous devez évaluer vos capacités ainsi que celles qui vous feraient défaut. Il est très rare de retrouver au sein de la même personne toutes les compétences nécessaires à la réussite et survie d'un projet d'entreprise (capacités techniques, managériales, commerciales...). Mettre le doigt sur vos faiblesses vous permettra d'envisager les collaborations nécessaires.

Vous devrez également être capable de décrypter les contraintes de tout ordre liées à l'activité que vous comptez entreprendre. A défaut, cela pourrait vous conduire à l'échec.

Exemple:

Pour être fleuriste, vous devrez vous lever à l'aube pour vous approvisionner, rester ouvert tard le soir et travailler le week-end et les jours fériés. Sera-ce compatible avec votre santé, vos contraintes familiales... Renseignez-vous auprès des personnes qui exercent l'activité convoitée.

Pour être efficace et tenir le coup, votre projet doit être un compromis entre vos envies, vos capacités et votre savoir-faire.

Conseils pratiques

Le rythme de travail d'un indépendant n'est pas, dans la plupart des cas, comparable à celui d'un salarié. Vous devrez apprendre à maîtriser votre emploi du temps. Posez-vous à cet effet les questions suivantes:

- Comment vais-je répartir ma journée? Quelles seront mes heures d'ouverture?
- Vais-je travailler le week-end ou le soir?
- Vais-je prendre des vacances?
- Quand m'occuperai-je des tâches administratives?
- Dans quelle mesure ma vie privée va-t-elle changer?

Si vous organisez bien vos différentes tâches, si vous avez la discipline nécessaire pour vous y tenir et que vous avez une vue réaliste de vos revenus et dépenses, vous êtes bien parti!

Activité 1 : retrouvez le sens des mots soulignés.

Activité 2 : Notez, si les affirmations suivantes sont vrais ou fausses.

- a. La santé n'a aucune importance pour le créateur de l'entreprise.
- b. Le soutien de votre entourage est nécessaire pour la réussite de votre projet.
- c. Chacun peut réussir à la création de l'entreprise.
- d. L'organisation du travail d'un indépendant est pareille à celle d'un salarié.
- e. La discipline est importante seulement pour des salariés.

Activité 3 : complétez le schéma.

Conditions de réussite

Personnelles

Professionnelles

Juridiques

Texte C Feriez-vous un bon entrepreneur ?

Étant donné que les compétences stratégiques d'une entreprise s'identifient aux compétences des acteurs qui la composent, il serait intéressant de vérifier vos compétences entrepreneuriales et managériales.

- Question 1 : Dans votre vie professionnelle, qu'est-ce qui vous motive le plus ?
 - ☐ A. La réussite sociale;
 - ☐ B. La réussite intellectuelle;
 - ☐ C. L'action;
 - ☐ D. Les responsabilités.
- Question 2 : Dans une situation critique...
 - ☐ A. Vous mobilisez sur-le-champ une équipe d'experts;
 - ☐ B. Vous demandez à des contrôleurs un rapport sous un mois;
 - ☐ C. Vous jugez par vous-même de la situation.
- Question 3 : Les situations qui sortent de l'ordinaire sont pour vous :
 - ☐ A. Dynamisantes;
 - ☐ B. Fascinantes;
 - ☐ C. Inquiétantes;
 - ☐ D. Bloquantes.
- Question 4 : Le jogging...
 - ☐ A. C'est nécessaire pour l'équilibre;
 - ☐ B. C'est un luxe réservé aux gens qui ont le temps;
 - ☐ C. Ce n'est pas votre genre d'aller vous donner en spectacle sur un terrain de sport.
- Question 5 : Votre entourage vous apprécie parce que :
 - ☐ A. Vous savez écouter;
 - ☐ B. Votre force les sécurise;
 - ☐ C. Vous êtes toujours d'humeur égale;
 - ☐ D. Vous savez prendre en peu de temps la décision qu'ils attendent.
- Question 6 : Les fanatiques de grosses cylindrées ou de deltaplane...
 - ☐ A. Vous fascinent... mais comme spectateur;
 - ☐ B. Vous en êtes;
 - ☐ C. Vous les jugez casse-cou.
- Question 7 : Parmi ces situations professionnelles, laquelle est la plus proche de la vôtre ?

- ☐ A. Vos études ne sont pas très loin derrière vous;
 - ☐ B. Vous avez toujours travaillé dans la même fonction;
 - ☐ C. Vous avez un peu touché à tous les domaines: marketing, production, finances, etc. ...
- Question 8 : Pour redresser une situation compromise, vous consultez :
 - ☐ A. Les supérieurs hiérarchiques et les cadres parce que vous estimez qu'ils sont les plus compétents;
 - ☐ B. Les "seconds rôles", parce qu'ils sont les plus proches du problème et qu'ils vous paraissent donc être les mieux placés pour trouver de bonnes solutions.
- Question 9: Vous êtes d'un naturel
 - ☐ A. Calculateur;
 - ☐ B. Réaliste;
 - ☐ C. Passionné.
- Question 10 : Parmi ces trois phrases, dites laquelle correspond le mieux à votre tempérament :
 - ☐ A. "L'action est la vraie fête de l'homme" (Alain);
 - ☐ B. "Tout ce qui agit est cruauté" (Artaud);
 - ☐ C. "Seuls les actes décident de ce qu'on a voulu" (Sartre).
- Question 11 : Les textes sur le dépôt de bilan, la procédure de licenciement, les remboursements de dettes...
 - ☐ A. N'ont aucun secret pour vous;
 - ☐ B. Vous êtes prêt à vous y plonger si nécessaire;
 - ☐ C. Vous refusez absolument de vous encombrer la mémoire d'une foule de détails que des juristes pourront aisément vous procurer.
- Question 12 : L'échec...
 - ☐ A. Vous perturbe pendant un certain temps;
 - ☐ B. Prudent, vous savez l'éviter;
 - ☐ C. Pour vous, ce n'est jamais qu'un succès en moins.
- Question 13 : Dans vos rapports de travail :

- A. Vous avez de bons contacts avec les gens, une bonne capacité à dialoguer;
 - B. Vous savez mobiliser les énergies et motiver les gens qui vous entourent;
 - C. Tout en reconnaissant l'importance des problèmes humains, vous ne les jugez pas prioritaires.
- Question 14 : Quand vous avez une initiative importante à prendre :
 - A. Vous prenez l'avis de vos collaborateurs;
 - B. Vous cherchez à obtenir l'assentiment des personnes directement concernées;
 - C. Vous la prenez seul parce que vous considérez avoir tous les éléments pour le faire.
- Question 15 : Dans votre course à la réussite
 - A. Vous êtes prêt à engager jusqu'à vos biens personnels s'il le faut;
 - B. Vous avez le culot suffisant pour espérer gagner là où d'autres ont perdu;
 - C. Vous évitez les voies qui vous paraissent présenter trop de risques.
- Question 16 : Vous avez un placement financier à faire. Vous décidez...
 - A. Seul;
 - B. Avec votre conjoint;
 - C. Après vous être entouré de l'avis de quelques amis.
- Question 17 : Vous diriez que vous êtes plutôt...
 - A. Gestionnaire;
 - B. Technicien;
 - C. Polyvalent.

Avec l'aimable autorisation de l'Usine Nouvelle,

12-14 rue de Médéric 75809 Paris.

Activité 1 : répondez aux questions du test. Vérifier vos compétences (consultez <http://www.buce.ucl.be/public/before/profil>)

Activité 2 : A votre avis, quelles doivent être les variantes idéales pour un entrepreneur ?

Texte D CHRISTELLE TRAORE, CREATRICE D'ENTREPRISE :
“POUR RIEN AU MONDE, JE NE RENONCERAI A
L'AUTONOMIE QUE CELA CONFERE”

Publié le 12 janvier 2009 par [Gautier Girard](#) dans la rubrique [Interviews d'entrepreneurs et de ménagers](#).

Christelle a créé en 2007 sa propre marque de bijoux et accessoires haut de gamme. Dans les rouages de la tendance et du haut de gamme, comment se faire une place ? Interview.

- Bonjour Christelle, vous avez créé une entreprise de vente de bijoux et accessoires hauts de gamme en cuirs exotiques. Pourriez-vous vous présenter, ainsi que votre entreprise ?

- Je suis Christelle Traoré, créatrice de la [marque de bijoux](#) et accessoires [Zo-Landing](#). Je crée des bijoux et accessoires en cuirs exotiques hauts de gamme tels que le croco, le python, le galuchat. La marque est jeune (1 an d'existence) mais reçoit déjà un très bon retour. Au-delà de la création des pièces, je cherche à créer un univers fort et bien identifié que je caractériserais de “sauvage et sophistiqué”.

- Comment vous est venue l'idée ? Qu'est-ce qui vous a motivé à lancer ce projet ?

- J'ai toujours créé, que ce soit dans la mode, la déco ou l'art mais mes études m'ont amenée sur un tout autre domaine. A 30 ans, j'ai réalisé que si je voulais vivre de ce qui m'excitait vraiment, c'était maintenant que je devais me lancer. Cela s'accompagnait d'un choix de vie assez radical, car avec le choix de créer des bijoux et accessoires, il y a eu le choix d'être chef d'entreprise. Ce qui m'a aussi beaucoup motivé, en terme de légitimité (car il y a déjà tant de designers), c'est que je ne trouvais pas sur le marché les bijoux tels que je les rêvais.

- Créer et gérer une entreprise, ce n'est pas si simple. Quel conseil donneriez-vous à quelqu'un qui se lance dans la création d'une entreprise ?

- Mon premier conseil serait de **ne pas se laisser décourager** par ceux qui voudraient vous “protéger” d'éventuelles désillusions. Car même si une entreprise ne réussit pas, c'est une expérience unique et formatrice, vous ne vieillirez pas amer de ne pas avoir essayé et pendant qu'on se lance, on vit des choses de toute façon. Pour ce qui est de la gestion, je dirais qu'**un bon et lucide business plan est indispensable** mais qu'il ne faut pas paniquer si la réalité s'en écarte. Et surtout, ayez un bon comptable.

- Se lancer, oui ! Bien, mais on a une vie à côté... avez-vous dû faire des sacrifices pour vous lancer? En faites-vous toujours actuellement ?

- Oui, bien sûr, certains pans de notre vie sont évincés par la création d'une entreprise. Je pense que c'est normal car ça demande un **focus et une monomanie importante**. Mais ça, c'est au démarrage, après, assez vite, il faut trouver un régime de croisière qui se concilie avec la vie personnelle. Personnellement, je suis encore dans la " phase de lacement" je suis donc très accaparée mais il se trouve que mon conjoint crée lui aussi son entreprise, ce qui fait qu'on se soutient et se comprend très bien.

- Concrètement, qu'est-ce que l'entreprise vous a apporté de bien à vous, à titre personnel ?

- Il y a deux choses :

- Zo-Landing m'apporte beaucoup en terme de liberté d'expression créative. C'est aussi extrêmement jouissif de voir mes créations portées par quelqu'un.
- Pour ce qui est du statut de chef d'entreprise, c'est aussi **très satisfaisant d'être dans la prise de décision** mais c'est aussi très chronophage et schizophrénique (il faut être tout et partout à la fois à tout moment).

Mais pour rien au monde, je ne renoncerais à l'autonomie que ça confère.

- Que recherchez-vous pour votre entreprise à ce jour ?

- Des détaillants et des articles presse. Dans mon domaine, **la presse féminine est incontournable**. Mais si une marque comme Zo-Landing ne suit pas la tendance mais est plutôt dans l'avant-garde, il faut passer par ces définisseurs de tendances que sont les magazines féminins. Mais au-delà de la publicité qu'ils font aux marques comme la mienne, leur support papier ou web permet de véhiculer l'univers de la marque par des pages modes, des publi-rédactionnels, la pub... Et pour les détaillants, après avoir lancé la collection, il s'agit maintenant de la distribuer.

- Je vais terminer par une question originale : entreprendre, est-ce pour vous une manière d'exercer des talents artistiques ou est-ce que cela n'a rien à voir avec l'art ?

- Bien sûr. Avant le statut de chef d'entreprise, je revendique celui de créatrice. Ceci dit, je ne vois pas cela comme de l'art ni comme de l'artisanat mais tout simplement comme de la création.

- Merci, Christelle, pour cet entretien et le partage d'expérience.

Activité 1 : peut-on choisir un autre titre ?

- a. Je ne quitterais jamais mon indépendance.

- b. L'autonomie est une expérience unique.
- c. Entreprendre, c'est l'art .
- d. Le statut de chef d'entreprise : l'art ou l'artisanat.
- e. Votre variante ?

Activité 2 : liez les parties et faites vos phrases avec ces groupes des mots. Traduisez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots.

hauts	d'expression créative
lancer	de chef d'entreprise
liberté	formatrice
création	de décision
statut	une place
support	ce projet
exercer	des talents artistiques
expérience	papier ou web
se faire	d'une entreprise
prise	de gamme

Activité 3 : répondez aux questions.

- a. Qui est Christelle Traoré ?
- b. A quel secteur d'économie travaille-t-elle ?
- c. Pourquoi a-t-elle créé sa propre entreprise ?
- d. Quels conseils donne-t-elle pour les autres créateurs ?
- e. En quoi consiste l'apporte de l'entreprise pour la personnalité d'en chef ?
- f. Résumez l'interview.

Texte E COMMENT PERSUADER VOTRE BANQUIER DE VOUS PRETER DE L'ARGENT? LE RENDEZ-VOUS.

La prise de rendez-vous peut être considérée comme la première partie de l'entretien. Donc les règles d'optimisme, de fermeté et de crédibilité s'appliquent aussi. L'idéal est de prendre rendez-vous lorsque vous portez votre dossier à la banque. Après avoir jugé votre image, votre réputation, jugez si vous pouvez faire venir votre banquier chez vous. Ceci est valable pour des personnes qui ont déjà une entreprise, car la négociation sur le terrain peut constituer un avantage considérable.

Devant le banquier présentez en une phrase votre dossier banque : "Je veux faire un emprunt pour...". C'est suffisant car vous n'êtes pas là pour vendre votre projet. Ensuite, compte tenu du délai de deux semaines environ, proposez un rendez - vous précis : « Puis - je vous rencontrer tel jour à telle heure ? »

Si vous pensez ne pas pouvoir imposer le rendez-vous, ce qui n'est pas vraiment un signe de fermeté, rappelez vous que vous êtes un client, et que le banquier vous proposera toujours une alternative.

Maintenant que le rendez-vous est pris, vous êtes psychologiquement prêt, et votre projet a été porté à la connaissance de votre banquier, vous allez rentrer dans le vif du sujet.

Vous voilà maintenant au jour J, 2 ou 3 heures avant l'heure H. Vous entrez dans la banque et vous faites annoncer à votre interlocuteur. Vous êtes uniquement là pour effectuer un travail que vous avez déjà préparé. Si votre dossier a été correctement établi, vous êtes déjà sûr que le banquier va vous prêter, puisque votre compte de résultat prévisionnel montre un solde positif et vous laisse même une marge de sécurité. Aucun banquier ne laisse passer un élément sûr. Vous allez donc négocier votre futur salaire. En effet, chaque dixième de point de remise que vous obtiendrez sur le taux d'intérêt est autant d'argent que vous n'aurez pas à rembourser et qui restera dans votre poche. Il en est de même pour les garanties: vous ne devez pas accorder tout et n'importe quoi au banquier. Si votre entreprise s'étend, vous aurez besoin de garanties pour la prochaine fois ! A cet instant, vous n'êtes pas au point "ça passe ou ça casse", sinon vous n'en seriez pas là. En bon artisan vous devez soigner le moindre détail et assurer la finition de votre produit.

Votre interlocuteur vous introduit maintenant dans son bureau. Souvenez-vous: optimisme et fermeté, savoir écouter. Maintenant les trois phases de la négociation doivent s'enchaîner : introduction, conviction, conclusion.

L'introduction doit être précise, presque lapidaire. Par exemple : "Bonjour monsieur, je viens pour obtenir un emprunt nécessaire au financement du projet que je vous ai fait parvenir. Je pense que ce dossier appelle quelques commentaires et je suis prêt à vous les fournir". Ensuite vous vous taisez jusqu'à ce qu'il vous interroge. Ainsi, vous avez débuté de façon naturelle : il s'agit pour vous maintenant d'écouter. Examinons les termes les plus importants de cette phrase : "... Je viens pour obtenir un emprunt...". Cette phrase a l'intérêt d'explicitier le but de votre visite. C'est un emprunt dans un but précis et sérieux : financer votre projet. « Je pense que ce dossier appelle certains commentaires... ». Cette phrase fait passer votre venue comme un service que vous rendez à votre interlocuteur. Elle a de plus le mérite de lui donner la parole, ce qui, comme nous l'avons dit est essentiel pour faire sa connaissance.

Que pensez vous de mon dossier ? "Avez vous lu mon dossier ?", En abordant des problèmes pouvant déboucher sur une controverse, vous demandez "Que pensent les banquiers en général de ce type de problème ?". Par cet aspect justement très général, la question permet au banquier de donner son propre avis sur le sujet. Donc, à moins qu'il n'ait précisé : "Mes collègues pensent que...", ce qui suppose que lui n'est pas de cet avis, vous pouvez considérer que la réponse à une telle question traduit l'opinion exacte de votre interlocuteur. Si la réponse s'inscrit dans la logique de votre projet, vous pourrez vous en servir comme argument. De façon générale, vous devez respecter la règle du silence car, statistiquement, on constate que les interruptions ne font changer l'avis de l'interlocuteur que dans 5% des cas, alors qu'elles l'irritent à 95% et surtout elles nous redonnent la parole.

Enfin, terminons cette phase par quelques trucs vous permettant d'affiner la connaissance de votre banquier et d'introduire la phase : convaincre.

Le premier truc est de ne surtout pas prendre des notes pendant cette phase. Ceci aurait pour effet de rompre la confiance qui doit s'installer entre vous. Le

banquier sent une pression due au fait que ses paroles resteront sur le papier et pourront être utilisées contre lui s'il faisait une erreur.

Ensuite, vous pouvez désirer orienter la conversation. Dans ce cas, le truc le plus simple, et pourtant très efficace, est de reprendre une parole du banquier et de vous en servir pour réorienter la conversation. Quant à la proximité des idées ainsi reliées, elle importe peu. Enfin, il y a deux questions qui reviennent tout le temps et auxquelles le banquier ne répond pas facilement : « A quel taux me prêterez vous, quel montant de garanties demanderez vous ? ». Le banquier se montre, en général, réticent à répondre à ces questions, car il s'imagine que vous lui demandez le chiffre définitif à deux décimales près, alors que ce qui vous intéresse, c'est d'avoir un ordre de grandeur. Vous avez deux solutions pour obtenir une réponse. La première est d'avancer un chiffre farfelu :

« Ce n'est pas 15 % tout de même ! » (alors que vous êtes sûr que le taux se situe entre 10 et 12%).

La deuxième est de proposer une fourchette.

- C'est plus de 10 % ?
- "Oui"
- "Mais c'est moins de 13 % ?"
- "Oui, ce serait plutôt autour de 11,5 %".

Il vous suffit de faire la même chose concernant les garanties. Maintenant que vous avez des ordres de grandeur, vous pouvez commencer la phase dans laquelle vous devez le convaincre de son intérêt de vous prêter au taux que vous désirez (restez raisonnable : c'est le gage de votre crédibilité).

Cette phase convaincre, que chacun considère comme cruciale, est en fait la plus simple. En effet, en construisant votre motivation et votre dossier banque (ou en participant à son élaboration), vous avez recensé vos points forts et vos points faibles. Il ne vous reste plus qu'à ressortir quelques points forts, les plus adaptés aux questions que le banquier vous a posé. Si vous avez correctement commencé le rendez - vous, c'est le banquier qui orientera la conversation, ce qui est pour vous un travail de moins à faire. Mais, dans le cas où vous tomberiez sur un bavard impénitent, gardez présent à l'esprit le but de l'entretien : obtenir un prêt à un taux intéressant avec des garanties minimales. Donc n'hésitez pas à recentrer habilement la conversation.

Lorsque vous répondrez aux questions du banquier, tenez vous en aux chiffres. Vous ne devez pas intervenir en vendeur d'un projet mais en citoyen honnête, qui a fait l'inventaire des enjeux et des risques du projet. Les risques ne doivent pas être cachés, car si vous êtes là après avoir monté votre projet, c'est qu'ils ne sont pas rédhibitoires. Vous devez montrer que vous les avez pris en compte, et que vous avez essayé de les minimiser. Ceci apparaîtra à un banquier comme une attitude tout à fait rationnelle. Si vous agissez de la sorte, il en inférera votre capacité pucier

objectivement une situation, c'est la qualité essentielle d'un bon chef d'entreprise. Vous devez observer ses gestes, et surtout ceux manifestant sa volonté de prendre la parole. Car ses prises de parole ont pour but d'exprimer des réticences ou de demander des informations, et un banquier n'accorde un prêt que s'il n'a plus de réticences et qu'il possède toutes les informations. Ne pas le laisser intervenir fait qu'il ne vous écoute plus, qu'il ne participe plus, donc s'ennuie et ne vous prêtera pas.

Ce serait dommage d'en arriver là, alors qu'il est si facile et si intéressant de lui donner la parole. S'il émet des réticences, il faut surtout montrer que vous les prenez en considération, et, sans grossir les problèmes soulevés, comment vous leur avez trouvé une solution. Ainsi, le banquier sentira flatté et rassuré puisque la remarque qu'il a faite aura été pertinente (alors qu'il n'était peut être pas spécialiste du sujet). De plus, cela lui aura apporté des informations et vous aura permis de briller. Vous détenez là l'outil le plus puissant pour négocier : la considération pour l'interlocuteur. Le considérer, c'est intégrer ses remarques dans votre projet, donc il ne pourra plus le renier. Vous pouvez enfin compléter cela par une flatterie habile, et vous êtes sûr d'obtenir votre prêt. Nous entendons par flatterie habile celle qui ne doit surtout pas rappeler le mauvais représentant de commerce. C'est plutôt une flatterie rapportée, et encore, ne visant pas directement votre interlocuteur. Par exemple, "un ami, Mr X, m'a déjà vanté l'efficacité de vos services...".

A partir de là, vous devez passer à la phase conclure, c'est à dire le taux de remboursement et les garanties les plus intéressantes.

La phase conclure est bien sûr le point d'orgue de l'entretien. C'est un peu la balle de match du tennisman, le moment où le bras tremble, et pourtant celui où il faut cueillir sans hésiter tout ce que l'on a semé. Pour vous éviter de vous demander : "Est ce bien le moment ?", et de prolonger inutilement le rendez-vous, ou, bien pire, d'escamoter la conclusion, nous vous proposons quelques règles logiques. Elles vous permettront, si le banquier, lui, répugne à mener la conversation, de cerner le moment propice à la conclusion, celui qui vous permet de tirer rapidement le meilleur résultat possible. Dites vous bien que, dans une telle phase, rapidité rime avec succès. En effet, si la phase convaincre est réussie, le banquier pense au taux et aux garanties. Vous devez être capable d'identifier rapidement le moment où il n'est plus à votre écoute mais réfléchit.

Identification du moment propice : tout d'abord, il peut y avoir plusieurs moments favorables, donc pas de panique. Mais il est préférable de saisir le premier, sinon il faut continuer la conversation, ce qui devient risqué, après avoir épuisé ses arguments. Une bêtise est si vite arrivée...

Le moment propice est simple à remarquer. Il peut jouer avec son stylo, se caresser le menton, se gratter la tête, se pincer les lèvres ou faire une moue réfléchie : quoi qu'il en soit, vous ne semblez plus être là. Ne le troublez pas et laissez s'écouler un moment de silence. Ensuite, dès que vous le sentez prêt à reprendre contact avec vous (il relève la tête ou cesse de jouer avec son stylo), reprenez l'initiative avec une phrase telle que : « Compte tenu de... (un ou deux arguments percutants), quel taux puis je obtenir et quelles garanties faut il ? ». Dans cette phrase, vous devez rester neutre, ne pas impliquer le banquier ni même parler d'emprunt ; le fait qu'il va vous

prêter est déjà acquis, sinon, vous seriez encore en train d'essayer de le convaincre, et il vous poserait des questions sur des points précis.

Maintenant, il va vous répondre. Laissez le parler du taux et du montant des garanties. Ensuite, exposez-lui vos garanties en faisant bien ressortir des estimations précises et la monnayabilité des principales, même s'il s'agit d'une caution. La précision des chiffres énoncés le rassurera. Vous pouvez poursuivre: « Compte tenu de mes garanties et des taux pratiqués ailleurs, je pense qu'un taux de x % pourrait être envisagé ».

Le nouveau taux avancé doit être tout de même crédible et ne pas demander un long délai de réflexion pour le proposer. D'où l'intérêt de savoir le plus exactement possible ce qu'on vient chercher, avant le rendez-vous. Observez alors la réaction de votre interlocuteur : s'il accepte, tant mieux, mais s'il se fait prier, ne vous découragez pas ; vous vous battez peut être pour un quart ou un demi point mais, en intérêts cumulés, cela représente des sommes importantes. A ce moment, vous devez montrer que vous n'avez pas choisi ce chiffre au hasard, et c'est le moment de sortir un argument décisif. Des exemples forts : des personnes connues en entreprises qui ont d'ores et déjà décidé de travailler avec vous, fournisseurs ou surtout clients. Ces arguments concernant l'action commerciale des créateurs d'entreprise, c'est à dire les débouchés pour leurs produits, donc leur capacité à rembourser un prêt a de plus en plus d'impact sur les banquiers. Vous pouvez donc dire :

« Je pense que ce taux est envisageable en particulier compte tenu du prévisionnel et de Mr X. qui a décidé de travailler avec moi ».

Enfin, s'il est encore réticent, laissez à nouveau un moment de silence pendant lequel il aura le temps de réajuster sa première proposition. Dans le cas où il resterait sur sa position, proposez de couper la poire en deux puis arrêtez là le marchandage, quelle que soit la situation. Vous aurez fait le maximum. Notez tout de même par écrit les derniers chiffres proposés. Cela aura pour effet d'officialiser l'accord et d'éviter tout retour sur une situation qui vous serait trop favorable.

Maintenant que la décision est arrêtée, vous devez quitter le bureau. Surtout, ne lancez pas de nouveaux arguments, ou même de note d'humour qui pourrait tout gâcher. Vous pouvez ranger vos documents puis avancer légèrement sur votre chaise, le tout en disant : « Bon, eh bien, je pense que nous sommes parvenus à un accord réaliste. »

Cela aura pour effet de ponctuer la conversation et de rassurer votre banquier au sujet de la décision qu'il vient de prendre (tout le monde semble y trouver son compte). Vous le verrez naturellement se lever, car, en vous avançant sur la chaise, vous avez signifié la fin de l'entretien. Serrez lui la main, c'est fini, vous avez votre financement.

Il est évident que ce dernier paragraphe, en particulier, ne constitue qu'une trame.

Les trois idées force sont donc :

- savoir utiliser le silence,
- fonder son argumentation sur des chiffres et les idées du banquier,
- ne jamais impliquer directement l'interlocuteur.

Activité 1 : répondez aux questions.

1. Quelle est l'idée principale de l'article ?
 - a. Pendant l'entretien il faut être précis.
 - b. Votre conduite est une chose très importante.
 - c. Votre argumentation doit être fondée sur l'opinion de votre interlocuteur, et votre conduite – sur des règles non-écrits de la communication d'affaires.
 - d. Votre variant.
2. A qui s'adresse cette article ?
 - a. au banquier ;
 - b. au créateur de l'entreprise ;
 - c. à l'entrepreneur expérimenté.
3. Quel style l'auteur a choisi ?
 - a. scientifique;
 - b. officiel ;
 - c. amicale.

Activité 2 : vrais ou faux ?

- a. Il est nécessaire de faire votre banquier venir chez vous.
- b. Ponctualité ne donne rien à votre réputation.
- c. Vous êtes le partenaire du banquier.
- d. Votre dossier est correctement établi, ça veut dire que votre compte de résultat prévisionnel montre un solde positif et vous laisse même une marge de sécurité.
- e. L'introduction peut être vague.
- f. Il faut éviter des interruptions, car elles irritent l'interlocuteur.
- g. Prenez des notes pendant le rendez-vous, il s'agit d'information sérieuse !
- h. Pour apprendre le taux et le montant de garanties, il faut demander le chiffre exact.
- i. Vous devez ressortir quelques points forts, les plus adaptés aux questions que le banquier vous a posé.
- j. Si vous avez pris en compte des risques, et vous avez essayé de les minimiser, c'est la qualité essentielle d'un bon chef d'entreprise.
- k. Flatterie doit être habile, c'est à dire, rapportée.
- l. Il est inutile d'intégrer les remarques de l'interlocuteur dans votre projet.
- m. Il ne faut pas faire attention aux gestes pendant un rendez-vous d'affaires.
- n. Vous devez montrer que vous n'avez pas choisi vos chiffres au hasard, il faut sortir un argument décisif. On peut citer des opinions des personnes connues en entreprises qui ont d'ores et déjà décidé de travailler avec vous, fournisseurs ou surtout clients.

- o. La décision finale doit être notée, pour officialiser l'accord.
- p. Les arguments inutiles après la prise de décision peuvent rater toute la conversation.

Activité 3 : qu'est-ce qu'on comprend sous les phrases suivantes ?

- a. savoir utiliser le silence,
- b. fonder son argumentation sur des chiffres et les idées du banquier,
- c. ne jamais impliquer directement l'interlocuteur,
- d. les règles d'optimisme, de fermeté et de crédibilité,
- e. rapidité rime avec succès.

Activité 4 : qu'est-ce qu'on dit pour...

- a. présenter votre dossier ;
- b. expliciter le but de votre visite ;
- c. apprendre l'opinion exacte de votre interlocuteur ;
- d. demander le taux et le montant de garanties ;
- e. flatter votre interlocuteur ;
- f. reprendre l'initiative ;
- g. préciser les chiffres du taux ;
- h. citer les arguments des personnes connues en entreprises ;
- i. ponctuer la conversation.

Texte F LES ENGAGEMENTS DES BANQUES A L'EGARD DES PME

→Le financement des entreprises, et notamment des PME, est un axe clé du développement des banques. L'offre est large, diversifiée dans un contexte de forte concurrence.

→Les encours de crédit a fin juin continuent de progresser en France plus vite que dans le reste de la zone euro. Sur un seul semestre (1^{er} janvier - 30 juin 2008) le crédit aux TPE-PME a augmenté de 2,28%, dont 3,27% pour les seules TPE (source Banque de France). Ces chiffres témoignent du dynamisme des banques dans le financement de leurs clients PME. Même dans les circonstances difficiles rencontrées en septembre sur les marchés financiers, les grands réseaux ont constaté la progression de leurs encours.

→L'activité de crédit est liée à la demande des entreprises qui elle-même dépend de l'évolution de la conjoncture économique (anticipations, décisions d'investissement des chefs d'entreprise, perspectives internationales...). Dans une période où la croissance mondiale ralentit, la demande de crédit baisse, même s'il arrive que les besoins en fond de roulement peuvent croître.

Afin de relayer efficacement les mesures des pouvoirs publics pour le soutien à l'économie et dans le contexte actuel de tension sur les sources de financement, les banques ont décidé de prendre les engagements suivants :

Une information plus réactive sur les encours de crédit

Des le 30 septembre, les banques publieront par anticipation leurs encours de crédit aux PME. Elles s'engagent à les communiquer sur une base Banques / OSEO mensuelle et non plus semestrielle pour améliorer l'actualisation du suivi. La profession en fera un commentaire.

Un panel qualitatif au niveau national pour renforcer le dialogue Banques / PME

La Fédération Bancaire Française s'engage à mettre en place une instance de suivi qualitatif et de dialogue entre banquiers et chefs d'entreprises. A cet effet, elle réunira au moins 3 fois par an un panel d'une dizaine de banquiers et de chefs d'entreprises qui seront désignés à parité par les banques et les instances interprofessionnelles sur le LEP et le LDD et remises à leur disposition représentatives. Ce groupe permettra d'identifier les points à améliorer dans les pratiques et la relation banque/PME.

Un suivi des créances, même pour les petites entreprises

Dans une période économique plus difficile, le financement du besoin en fond de roulement revêt une importance particulière. Dans ce contexte, bien mobiliser son poste client est essentiel. Les banques s'engagent à adapter leur activité d'affacturage pour les entreprises quelle que soit leur taille. Elles s'engagent également à diffuser une information pratique sur le sujet, notamment à destination des TPE.

La FBF diffusera à cet effet un mini guide des clés de la Banque, qui sera mis à la disposition des réseaux bancaires et également téléchargeable gratuitement sur le site :

www.lesclesdelabanque.com.

Renforcement du partenariat Banques / OSEO

Dans le cadre de l'enveloppe de 22 milliards d'euros récemment mise en place par les pouvoirs publics, les banques s'engagent à présenter systématiquement à OSEO les dossiers qu'elles ne peuvent pas prendre en première analyse et à les réétudier systématiquement si OSEO apporte la garantie attendue.

Des ressources supplémentaires pour les TPE / PME

S'agissant des sommes collectées par les banques sur le LEP et le LDD et remises à leur disposition par les pouvoirs publics, les banques s'engagent à les utiliser au

financement des PME et à faire, comme il le leur a été demandé, un suivi régulier et rigoureux de leur emploi.

Comme elles s'y étaient engagées auprès des pouvoirs publics, les banques publient dorénavant des chiffres détaillés sur les encours de crédits qu'elles accordent aux TPE et PME. Ce reporting est le fruit d'un groupe de travail rassemblant les pouvoirs publics, la profession bancaire, représentants des entreprises, la Banque de France et la Commission bancaire. Il met en évidence pour chaque banque la production des crédits en volume selon les types de crédit et les secteurs d'activité économique. Il est diffusé par les banques sur leurs sites Internet ou dans leurs rapports annuels.

© 21 Octobre 2008

Fédération Bancaire Française

Information et Relations Extérieures

18 rue la Fayette 75440 Paris cedex 09

Tel : 01 48 00 52 52 - Fax : 01 42 46 76 40

www.fbf.fr

Activité 1 : Complétez les phrases et traduisez-les.

1. L'... est large, diversifiée dans un contexte de forte
2. Même dans les ... difficiles rencontrées en septembre sur les , les grands réseaux ont constaté la progression de leurs
3. Dans une période où la ralentit, la baisse, même s'il arrive que les besoins en fond de roulement peuvent croître.
4. À cet effet, elle réunira ... qui seront désignés à parité par les banques et les instances interprofessionnelles
5. ... s'engagent à ... pour les entreprises quelle que soit leur
6. Ce reporting est ... groupe de travail rassemblant les

Activité 2 : retrouvez les groupes des mots, traduisez et apprenez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces groupes des mots.

financement	difficiles
circonstances	banque /PME
conjoncture	des TPE
relayer	sur le site
la relation	les mesures
destination	des entreprises
téléchargeable	économique
pouvoirs	annuels
publier	publiques
rapports	des chiffres

Activité 3 : répondez aux questions.

1. Quelle organisation a présenté ce document ?
2. Est-ce que l'année 2008 était favorable pour les PME ?
3. Quels critères influencent l'activité de crédit ?
4. En quoi consistent les engagements des banques à l'égard des PME ?
5. Où peut-on trouver les renseignements supplémentaires ?

Texte G LE TEMPS, C'EST DE L'ARGENT

Activité 1 : Que signifie cette proverbe ? Êtes-vous d'accord ?

Activité 2 : Complétez les expressions suivantes à l'aide d'un mot évoquant l'argent.

Monnaie, économies, argent, or, dettes, prix, sous, comptes, amende, frais

1. **Des ... de bouts de chandelles** (des économies minimales, négligeables).
2. **Être criblé de ...** (avoir beaucoup de dettes).
3. **Être près de ses ...** (être économe, avare).
4. **Faire ... honorable** (reconnaître qu'on a tort, faire des excuses).
5. **Faire les ... de quelque chose** (contribuer à une dépense, être victime de quelque chose).
6. **L' ... n'a pas d'odeur** (l'argent ne garde pas de trace de sa provenance et qu'il a la même valeur qu'il provienne d'une activité honnête ou malhonnête).
7. **Les bonnes ... font les bons amis** (il vaut mieux éviter d'avoir une dette envers quelqu'un, si on veut bien s'entendre avec lui).
8. **Mettre à ... la tête de quelqu'un** (promettre une récompense en argent à la personne qui capturera ou tuera une autre personne).
9. **Pour tout l' ... du monde** (à aucun prix).
10. **Rendre à quelqu'un la ... de sa pièce** (se venger de quelqu'un, lui rendre la pareille).

Trouvez les équivalents ukrainiens :

Заплатити тією ж монетою, оцінити чийось голову, економія на сірниках, нізащо в світі, бути по вуха в боргах, бути скупим; дружба дружбою, а гаманець окремо; покаятися, гроші не пахнуть, взяти на себе (бути жертвою)

Texte H LIEU D'IMPLANTATION COMME FACTEUR D'AUGMENTATION DU REVENU

Dans les premières étapes de la réflexion qui mènera à la création de mon entreprise, je commence à me poser quelques questions essentielles. Simples, mais essentielles. La première : est-ce rentable ?

Admettons que j'imagine commencer, la première année, avec un chiffre d'affaire prévu de X€. On peut considérer de manière simplifiée que mon revenu sera de X€ - (les charges & cotisations sociales + les frais fixes de l'entreprise). Si je suis capable d'estimer la somme X€ (ou en tout cas il va le falloir), capable d'estimer aussi combien la location d'un bureau, l'achat d'un ordinateur, d'un fax, une imprimante et un abonnement téléphonique pourraient me coûter, le grand mystère plane toujours sur les charges & cotisations sociales.

Le gouvernement (celui là et celui d'avant) ou les collectivités locales proposent divers dispositifs d'aides pour les jeunes entreprises, liés au lieu d'implantation de l'entreprise:

- **les ZAC - Zones d'Aménagement Concerté.** Une collectivité locale (Ville, Département, Région...) peut décider de faciliter l'implantation d'entreprises sur un secteur spécifique. Pour faciliter cette implantation, la collectivité met un place des aménagements urbains (bâtiments prêts à être loués, voies d'accès, commerces, logements...), mais il ne s'agit pas d'aides financières. S'implanter dans une ZAC seule reviendrait donc à choisir un site confortable, et adapté, mais n'améliore pas directement les finances.

- **les ZUS - Zones Urbaines Sensibles.** Dans le cadre de la ré-dynamisation de certains espaces urbains, et surtout des quartiers en difficulté, les pouvoirs publics (l'Etat) ont choisi de concentrer l'aide sur certaines zones prioritaires, dont la population présente des niveaux de pauvreté importants. Parmi les ZUS, il y a deux types de 'sous-zones' :

- **les Zones de Ré-dynamisation Urbaine.** Il s'agit de zones prioritaires dans lesquelles le taux de chômage est élevé, le nombre de diplômés est moins élevé qu'ailleurs, et la fiscalité est très basse. Ces zones sont au nombre de 416 - le programme des aides pour les entreprises se créant ou s'installant dans ces zones se termine fin 2008 (sera-t-il renouvelé?). Il est largement avantageux et propose quelques importantes exonérations.

- **les Zones Franches Urbaines.** Il s'agit de zones ultra-prioritaires dans lesquelles le taux de chômage est encore plus élevé, le nombre de diplômés est encore moins élevé qu'ailleurs, et la fiscalité est encore plus basse que dans les ZRU (ci-dessus). Le nombre de ces zones qui nécessitent une aide encore plus prioritaire a été porté à 100 au 1er août 2006. Les programmes d'aides qui sont encore plus avantageux ici, sont disponibles jusqu'en 2011.

- **les Hôtels d'Entreprises** - Enfin (et je note ce dispositif ici comme s'il s'agissait d'un dispositif d'aide formel ce qui n'est pas le cas mais presque), on trouve dans certaines villes des Hôtels d'Entreprise. En clair, il s'agit de proposer (avec souvent le soutien des collectivités locales ou des CCI) à de jeunes entreprises des locaux moins chers qu'ailleurs, avec des équipement communs, dans des sites généralement

agréables ou pratiques, et sur des baux adaptés à la phase de croissance de l'entreprise (24 mois par exemple).

Alors que choisir ? Et surtout, qu'est ce qui est disponible pour moi ? La nature de mon activité (du conseil en communication, de la réalisation événementielle, etc.) base mon entreprise sur un secteur géographique particulier, aussi (peu) étendu que peut l'être mon carnet d'adresse. Je suis donc dans une logique d'implantation qui m'interdit de chercher un bon plan trop loin : il me faudra donc chercher les possibilités à proximité, ou laisser de côté ces aides.

En regardant les options disponibles dans ma zone géographique, je vois que je pourrais avoir accès aux dispositifs suivants :

- quelques ZRU - mais il faudrait créer mon entreprise avant fin 2008
- une ZFU - mais dans un quartier résidentiel sensible forcément un peu stigmatisé
- plusieurs ZAC - dont une en bordure de la ZFU mentionnée ci-dessus, et une autre comprenant une Hôtel d'Entreprise.

Après la description des offres ci-dessus, il semblerait bien sûr que le secteur le plus attractif pour moi serait celui qui comprend une ZAC en bordure d'une ZFU. Parce que le lieu offre à la fois un accueil parfaitement adapté aux entreprises, qu'il propose également de très belles réductions sur les charges et cotisations, et qu'après tout il n'est qu'en *bordure* du quartier sensible.

Mais rentrent également en ligne de compte d'autres critères, non économiques. Ai-je peur de m'installer dans un quartier vraiment difficile ? Quelles dépenses supplémentaires (sécurité, télésurveillance...) est-ce que cela induit ? Ces éléments aussi seront à prendre en compte le moment venu. Peut-être également que je pourrais poser la question à des entrepreneurs déjà établis en Zone Franche ?

Quoi qu'il en soit, il est certain que l'implantation géographique ne doit pas être prise à la légère, puisqu'elle permet de ménager quelques substantielles économies sur les charges ou cotisations, qui permettent in fine d'augmenter le bénéfice de l'entreprise, et les ressources de l'entrepreneur...

A suivre !

Petit Entrepreneur, 8 juin 2008

Activité 1 : répondez aux questions.

- a. Quels problèmes faut-il prendre en considération en commençant son propre affaire ?
- b. Quels possibilités d'implantation existent pour les jeunes entreprises ?

Activité 2 : analysez les dispositifs d'aide, proposés par le gouvernement français et les autorités locales et complétez la grille par oui ou non. Peut-on ajouter des autres critères ?

Critères	Prix	Confort	Sécurité	?
Dispositifs				
ZAC				
ZUS				
ZRU				
ZFU				
Hôtels d'Entreprises				

Texte I DE QUEL ESPACE AVEZ-VOUS BESOIN ?

L'une des erreurs les plus courantes que font les jeunes professionnels, c'est de ne pas faire appel à un spécialiste en aménagement de bureaux, pour faire en sorte que les lieux soient aménagés de façon efficace et rentable. Un spécialiste dans ce domaine pourra évaluer les besoins d'espace d'une manière réaliste, en fonction du style, de la philosophie et des prévisions de croissance de l'entreprise.

L'aménagement des bureaux doit prioritairement tenir compte de la fonctionnalité, de la circulation et du potentiel d'expansion. Lorsque vous allez chez votre avocat, votre médecin, votre dentiste, etc., observez la disposition des bureaux et tentez de trouver les points inefficaces, les lieux où la confidentialité n'est pas respectée, etc., ainsi que tous les éléments qui fonctionnent bien. Vous éviterez ainsi de faire des erreurs coûteuses lors de l'aménagement et de la disposition de vos propres bureaux.

Visitez d'autres bureaux aménagés par le spécialiste dont vous voulez retenir les services et vérifiez les références qu'il vous a données, pour vous assurer que son expérience correspond à celle que vous recherchez.

Les points ci-dessous vous aideront à organiser la disposition physique de vos bureaux :

- Il devrait y avoir le moins de marches ou de distance possibles entre l'aire de réception et les pièces les plus fréquemment utilisées.
- Il est essentiel de prévoir une bonne visibilité, pour que la circulation des clients et la sécurité ne soient pas source d'inquiétude pour le personnel.
- Il convient de créer suffisamment d'espaces privés dans les aires publiques,

particulièrement la réception et la salle d'attente, pour que les conversations téléphoniques ne soient pas entendues des clients qui attendent.

- La salle d'attente et les espaces destinés au client exigent confort, lumière et tranquillité.
- L'espace où sont exécutées les tâches administratives demande une adaptation parfaite à l'utilisation du matériel et à la nature du travail, de manière à rendre les salariés plus productifs.
- Les plans doivent comprendre les dispositifs de sécurité générale (classeurs à verrouillage, dossiers confidentiels, argent, matériel).

Les questions de confidentialité imposent des aménagements comme l'insonorisation des pièces et des rangements permettant la confidentialité des dossiers sur le client.

Extrait de : www.banqueroyale.com

Activité 1 : Choisissez la/les réponse(s) correcte(s).

1. Le texte s'adresse à :

un créateur d'entreprise

un avocat

un industriel.

2. Dans ce document,

on argumente

on donne des conseils

on indique la nécessité.

3. Ce document est consacré

à la réglementation concernant l'aménagement des bureaux

à l'organisation du travail

à la manière de structurer les espaces de travail.

Activité 2 : Dites si les affirmations sont vraies ou fausses ou si on ne sait pas.

1. Quand on aménage des bureaux, on doit penser au développement futur de l'entreprise.

2. Dans les bureaux, il y a toujours des aménagements inefficaces.

3. Les jeunes professionnels qui s'installent contactent rarement un spécialiste en aménagement de bureaux.

4. Il est important que le personnel voit bien ce qui se passe dans le bureau.

5. Si les bureaux les plus fréquentes sont éloignes de la réception, cela n'a pas d'importance.
6. Quand vous faites appel a un spécialiste en aménagement de bureaux, il vous donne toujours des références.
7. Pour protéger la confidentialité, il faut insonoriser les pièces.
8. Même dans les espaces comme la réception, il faut prévoir des coins isolés.
9. Le matériel doit s'adapter a l'espace ou il est utilise.
10. Si les bureaux sont tranquilles et bien éclairés, les salaries travaillent mieux.

Activité 3 : Lisez le récit ci-dessous et indiquez, a la lumière du texte « De quel espace avez-vous besoin ? », les 6 erreurs commises par Monsieur G. Faitout.

Monsieur G. Faitout a décidé de créer une entreprise de conseil en communication. Il a consulte des revues, navigue sur Internet, discute avec des amis pour décider des aménagements a faire dans les locaux qu'il a loués.

Pour être tranquille, il a installé son bureau et la salle de réunion, les lieux les plus fréquentes par ses collaborateurs et les clients, respectivement aux troisième et quatrième étages. Son bureau est séparé de celui de sa secrétaire par une paroi vitrée. La réception, qui se trouve au rez-de-chaussée, est un espace totalement ouvert, avec un grand comptoir ou travaillent 3 hôteses, et c'est la qu'attendent les clients avant de monter dans les étages par l'escalier. Au deuxième étage, il a décidé de créer de petits bureaux individuels ou pour deux personnes, fermes et donnant sur des couloirs, ou travaillent les créatifs et le personnel qui effectue les taches administratives. La télécopie et les photocopieurs ont été mis dans une petite pièce au premier étage.

Activité 4 : Relevez dans les 7 points a prendre en compte pour la disposition des bureaux, les éléments qui permettent d'améliorer la confidentialité, la sécurité et la productivité du personnel.

Activité 5 : Relevez dans le texte les mots ou ensembles de mots utilisés pour désigner:

1. Des lieux (en général ou en particulier) :
2. Des personnes (en général ou en particulier) :

Activité 6 : Complétez le tableau.

Nom	Adjectif	Nom	Adjectif
confidentialité			efficace
fonctionnalité			rentable
visibilité			productif
tranquillité			coûteux

Activité 7 : Relevez dans le texte les mots ou expressions utilisés pour indiquer la nécessité.

Texte J COMMENT MIEUX ORGANISER SON BUREAU ? 3 CONSEILS POUR DEBUTER

Publié le 6 décembre 2008 par [Gautier Girard](#) dans la rubrique [Gestion du temps](#)

Comment bien organiser son bureau ? Facilement et rapidement ? Ce dossier vous propose 3 conseils simples pour l'organisation du bureau. Attention, augmentation très probable de la productivité au passage !

Lorsqu'on est chef d'entreprise, il n'y a plus le poids de la structure **incitant à organiser son bureau. Plus de liberté au travail, moins de contraintes !**

Pour certains, surtout si vous travaillez à domicile, cela peut se traduire par un bureau aussi encombré qu'inapte pour le travail sérieux.

Comment mieux organiser son bureau et son espace de travail ?

Voici 3 conseils pour démarrer.

Un rendez-vous quotidien dédié à ranger son bureau

Que faites-vous chaque jour avant de partir de votre espace de travail ?

Les commerçants ont pour habitude de ranger leur magasin avant de partir. Un bon point pour commencer est d'en faire autant. C'est à dire consacrer 10 minutes chaque jour à ranger son bureau.

Ranger le bureau... c'est très ennuyeux pour moi. *Peut-être également pour vous ?*

La parade que j'ai trouvée est de mettre **chaque jour un rendez-vous de 10 minutes "Ranger le bureau"**. L'intérêt est que ce faisant, on a tendance à prendre ce rendez-vous "rangement" comme n'importe quel autre rendez-vous.

Une autre approche est de faire comme les commerçants. C'est à dire **prendre l'habitude de tout ranger juste avant de quitter le bureau.**

Institutionnaliser l'utilisation de la poubelle

Mettre à la poubelle devrait être une **habitude quasiment mécanique pour pouvoir organiser son bureau.**

Cela consiste à mettre immédiatement à la poubelle tout courrier et tout papier n'étant pas pertinent/intéressant. Ou plus généralement dont vous savez au fond de vous-même que vous n'en ferez rien. Et de procéder de même pour tous les e-mails.

Cela vous paraît peut-être trivial ? Regardez vos e-mails, ou les papiers qui traînent sur votre bureau : combien d'entre-eux vous intéressent ou vous servent dans votre travail ?

Note: quand je dis poubelle je ne parle pas des petites poubelles bien utiles aux salles de bain. Mais plutôt des **poubelles rectangulaires suffisamment grandes** pour prendre des pages et des pages au format A4.

La meilleure façon de mettre en pratique ce conseil est de **jeter immédiatement à la poubelle ce qui est inutile** dès que c'est entre vos mains (ou entre vos yeux pour les e-mails).

Décider d'archiver ou de faire quelque chose

Lorsque vous ne gardez que les documents et e-mails vraiment utiles (dont vous ferez quelque chose), il est possible de passer à la seconde étape : *le routage* !

Cela consiste à **décider immédiatement ce que vous allez faire de vos documents.**

Archiver pour des documents de référence (par exemple des factures). A moins qu'une action soit nécessaire de votre part ? Dans ce cas, **notez l'action à faire** sur le document ou sur un post-it que vous joignez au document. Et mettez le document dans votre liste des choses à faire.

Dans la mesure du possible, si la-dite action est réalisable immédiatement... et si elle ne prend pas beaucoup de temps, il est préférable de la faire de suite.

En conclusion : organiser le bureau, c'est libérer son esprit !

Un bureau mal organisé, et c'est la porte à de nombreux **soucis inutiles** : on fait des choses en retard, on s'encombre de papiers et e-mails inutiles... on différencie mal ce qui requiert une action, de ce qu'il suffit d'archiver.

Pire encore, le bureau mal organisé ouvre la voie à **l'oubli d'actions à réaliser!**

En passant du temps à **organiser son bureau, on gagne du temps en aval :** augmentation de la productivité, et moins de soucis à gérer :

- L'espace de travail est vierge de tout ce qui ne sert à rien : le bureau est rangé chaque jour.
- Tout ce qui est inutile n'existe pas : c'est déjà à la poubelle.
- Il existe une distinction claire entre les papiers et e-mails nécessitant une action et ceux qui sont juste des documents de référence ou d'informations.

Ce faisant, on oublie rien, et on réfléchit aux choses vraiment essentielles.

Que pensez-vous de ces conseils pour organiser son bureau ? En connaissez-vous d'autres qui soient simples ?

Activité 1 : répondez aux questions.

1. Quels trois conseils sont proposés par cet article ?
2. Quel conseil vous semble le plus pratique ?

Activité 2 : faites le schéma de l'article, en mentionnant les trois conseils et les pas pour les suivre.

Activité 3 : lisez la réponse de François. Êtes-vous d'accord ? Écrivez votre réponse.

1 personne a répondu à " Comment mieux organiser son bureau ? 3 conseils pour débiter "

[François](#) a répondu : le [10 décembre 2008](#) à 9:55

Excellents conseils !

Le classement vertical (la poubelle) est notamment une technique essentielle dans le rangement.

Les gens les plus efficaces que j'ai pu croiser n'avaient rien qui traînait sur leur bureau et classaient au fur et à mesure. A l'inverse le gars qui a un monstre devant lui: piles de dossiers, papiers épars, notes diverses, feuilles en vrac,... croit qu'il est débordé de boulot alors qu'il en fait moins que le premier cité !

Dans un bureau, comme dans un atelier, il y a:

- les affaires à traiter (en évidence, avec un délai),***
- les affaires classées (immédiatement disponibles dans un tiro-class ou une armoire pour la 1ère année, archivées ensuite),***
- les affaires à jeter (tout ce qui ne sert plus à rien...).***

Texte A LES 7 QUALITES POUR DEVENIR CHEF D'ENTREPRISE

Anne-Hélène Pommier | L'Entreprise.com | Mis en ligne le 29/05/2008

Existe-t-il un profil du créateur d'entreprise ? Pas vraiment, selon Patrick Jolly, co-fondateur de ***De particulier à particulier***. Il affirme cependant que tous les chefs d'entreprises qui se sont lancés dans l'aventure possèdent un certain nombre de qualités plus ou moins affirmées, mais indispensables pour réussir. Inventaire de ce qui fait la différence.

1...

« Il s'agit de la qualité la plus fondamentale. La fonction première d'un chef d'entreprise est de savoir s'adapter aux situations. Quel que soit le problème qui se présente à lui, il doit savoir s'imprégner de la situation et réfléchir rapidement pour trouver une solution. Rien n'est pas inscrit dans les livres, c'est de l'improvisation. »

2...

« Choisir de créer son entreprise c'est prendre sa vie en charge. Les personnes qui ont besoin de sécurité -ce qui n'est pas un défaut- doivent éviter de se lancer. Lorsque l'on crée une entreprise, il faut avoir en tête que l'on peut toujours se planter. C'est au chef d'entreprise de savoir se sécuriser. Par ailleurs, la notion de risque ne s'apprécie pas de la même façon selon l'âge du créateur. Plus on est jeune, moins on a le sentiment de prendre de risque. On ne mesure pas. Lorsqu'on a une famille en revanche, cela devient plus difficile de tenter pour risquer de tout perdre. Globalement, plus on attend, moins il est facile de se lancer. »

3...

« Il n'est pas obligatoire de faire de longues études. On peut avoir la tête bien faite, des capacités d'analyse et ne pas être un bon chef d'entreprise. A l'inverse, un autodidacte peut être un très bon créateur. Albert Einstein a dit : La théorie, c'est quand on sait tout et que rien ne fonctionne. La pratique, c'est quand tout fonctionne et que personne ne sait pourquoi. Il faut être pragmatique et empirique, en prise avec la vie de la rue, avoir le sens du commerce. Si l'on n'a pas ces qualités il faut s'associer. On peut aussi les acquérir. »

4...

« Un chef d'entreprise doit être un meneur d'hommes, et savoir emmener ses employés avec lui. Il faut penser l'entreprise comme une entité vivante et le créateur doit faire adhérer son équipe à son projet. Attention, il ne s'agit pas de manipulation, mais de charisme et de persuasion. »

5...

« Un chef d'entreprise doit globalement aimer l'argent, sans être accro mais parce que l'argent reste l'unité de mesure qui permet de déterminer si l'entreprise fonctionne. Il ne faut pas tout faire pour avoir de l'argent, mais l'appréhender dans le sens où il a un intérêt pour l'entreprise... et ne pas hésiter à refuser des clients si cela n'est pas bénéfique pour la structure. »

6...

« La richesse d'une entreprise ce n'est pas les 10 millions d'euros qu'elle peut posséder, c'est son imagination. Une petite structure peut affronter de très grosses entreprises bien installées sur un marché si elle est inventive. Les grosses boîtes réfléchissent souvent en terme d'investissements financiers alors qu'il s'agit parfois de réfléchir pour contourner les problèmes ».

7...

« Le repreneur d'entreprise entre dans un univers où il n'est pas nécessairement le bienvenu. Le milieu peut lui être hostile. Il doit passer par une première phase d'observation durant laquelle il doit absorber la culture de la structure. Il doit rassurer car il est un corps étranger et qu'il faut que la greffe prenne. Le repreneur doit avoir des qualités de manager et si ce n'est pas le cas, il doit savoir s'entourer. »

Activité 1 : trouvez une notion de qualité pour chaque alinéa.

- a. La diplomatie : la qualité du repreneur
- b. Une imagination fertile
- c. Une forte personnalité
- d. La faculté d'adaptation
- e. Le goût du risque
- f. L'amour de l'argent
- g. Le pragmatisme

Activité 2 : trouvez le synonyme pour chaque notion (un mot ou un groupe des mots)

Activité 3 : Quelle qualité vous semble la plus importante ? Expliquez votre choix.

Texte B PREMIERS PAS. REUSSISSEZ VOS DEBUTS DANS LE MONDE DU TRAVAIL

01/04/2007 - L'Expansion

La première expérience professionnelle est une étape importante. Nos conseils pour bien la préparer.

Diplôme(s) en poche, CV « en béton » : vous êtes armé pour affronter le marché du travail. C'est là que les difficultés commencent. Voici quelques recommandations pour que votre première expérience professionnelle soit un succès et un tremplin.

Anticipez votre sortie de l'école

« Dès vos études, intéressez-vous au monde professionnel en exploitant les outils que l'école met à votre disposition, conseille d'emblée Séverine Jauffret, responsable des relations étudiants-entreprises à l'Essec. Nous avons ainsi des fiches décrivant chaque métier, avec les modules de formation correspondants et des témoignages d'anciens étudiants. » Eric Bertier, DRH de PricewaterhouseCoopers en France, complète : « Profitez de la présence des entreprises sur votre campus. Avec notre bus Connectedthinking Tour, nous passons dans les écoles pour répondre aux questions des étudiants sur les métiers de l'audit et du conseil. »

Même engagement de terrain pour Bouygues, souligne Jean-Manuel Soussan, directeur du développement RH de Bouygues Construction : « Nous sommes très présents sur les campus, la plupart du temps en binôme. Un opérationnel pour parler métier et un responsable des ressources humaines pour les questions de rémunération et d'évolution interne. Les étudiants doivent nous poser des questions. Nous sommes là pour ça ! »

Peaufinez votre recherche d'emploi

« Structurez votre recherche. Vous devez bien définir la fonction, le secteur d'activité et la localisation visés. Réfléchissez également à la culture d'entreprise et à l'environnement de travail qui vous conviendraient le mieux », conseille encore Séverine Jauffret. « Lisez la presse économique et professionnelle, ajoute Marie-Noëlle Koebel, directrice déléguée de l'Ecole supérieure de commerce de Reims. Cela permet de voir les secteurs qui se développent et les entreprises qui embauchent. » Margaux Tebec, responsable du recrutement pour la fonction commerciale à Danone, invite à « ne pas oublier de réfléchir à votre plan de carrière et à la manière dont vous vous imaginez évoluer. Nous ne recrutons pas pour un poste, mais pour une carrière. Nous demandons donc au jeune diplômé non seulement ses motivations liées au poste, mais également l'évolution qu'il envisage dans notre entreprise. »

Soignez vos cent premiers jours

Durant la période d'essai, « prenez le temps de comprendre le fonctionnement de votre n + 1. C'est la clef de la réussite ! Étudiez sa manière de travailler, de déléguer, de communiquer. Cela vous permettra de hiérarchiser vos tâches pour créer avec lui une complémentarité, explique Joëlle Planche, responsable du pôle évolution personnelle de l'association des anciens de l'ESCP-EAP. Et demandez-lui des

éléments de retour sur votre travail pour savoir si vous répondez aux attentes. » Dans tous les cas, soignez votre communication. Proposez des déjeuners, participez aux pots. Rencontrez le maximum de personnes pour comprendre la cartographie de votre entreprise.

« Interrogez-vous aussi sur les valeurs de l'entreprise, conclut Carole Leroy, responsable communication recrutement de BNP Paribas. A la fin de la période d'essai, nous évaluons les jeunes embauchés en fonction de nos valeurs : réactivité, créativité, engagement et ambition. Ces paramètres comptent beaucoup. » Pour le reste, il n'y a plus qu'à vous mettre au travail...

« Si on a un rêve, il faut être prêt à partir de rien »

Thomas voulait travailler à New York. Mais comment réussir ses débuts outre-Atlantique ? Il choisit de se spécialiser dans la vente, « métier bien payé et très indépendant aux Etats-Unis ». Après deux stages de commercial, son diplôme de l'EM-Lyon en poche, il part sur la côte ouest pour améliorer son anglais. « Si on a un rêve, il faut être prêt à partir de rien. J'ai donc été serveur dans un coffee shop. » Il enchaîne les petits boulots avant d'intégrer Richel Serres de France dans le cadre d'un volontariat international en entreprise. A son retour en France, Altios International, une société qui aide les entreprises à se développer à l'étranger, lui propose d'ouvrir une filiale à New York. Aujourd'hui, il en est directeur et coactionnaire.

Activité 1 : répondez aux questions.

- Qui donne les conseils ? Est-ce que ces gens sont compétents au domaine de l'emploi ?
- Quel conseil est le plus important, à votre avis ?
- Est-ce qu'on peut faire des groupes logiques des questions ? Lesquels ?
- Quels sont les raisons du succès de Thomas ?

Activité 2 : Expliquez le sens : CV en béton, partir de rien, n +1, la clef de la réussite, la cartographie de votre entreprise.

Activité 3 : Faites les groupes des mots. Traduisez-les. Rédigez vos phrases avec eux.

- | | |
|-----------------|----------------------------|
| 1. expérience | a. professionnel |
| 2. monde | b. du travail |
| 3. marché | c. professionnelle |
| 4. responsable | d. économique |
| 5. presse | e. de carrière |
| 6. hiérarchiser | f. des ressources humaines |
| 7. plan | g. des tâches |
| 8. soigner | h. votre communication |
| 9. avoir | i. d'essais |

Texte C DONNER AUX JEUNES LEUR JUSTE PLACE

L'accès à des ... fait souvent oublier à leurs titulaires les difficultés de leurs débuts. Le ... des aînés consiste à tenir compte des difficultés spécifiques des jeunes qu'ils peuvent être amenés à recruter. Jacques Ponsard, le jeune créateur de la ... Lectika, note sur la base de sa propre expérience difficile que « bien peu d'entreprises laissent aux jeunes la possibilité de passer des caps ». Si l'appétit souvent vorace de certaines recrues doit être tempéré, il ne doit pas être pour autant ignoré par un ... de conserver auprès de lui les meilleurs.

Est ce parce qu'il connut tôt la ... que Marcel Bleustein Blanchet offre l'exemple d'un dirigeant sachant, dans la maturité, laisser le champ libre aux ambitions de certains de ses jeunes ... ? Bien qu'il n'acceptât pas toujours les ... qui lui furent proposées pour Publicis, il leur permit en tout cas de se faire une Ainsi Jean Feldman, Philippe Calleux ou encore Jacques Séguéla purent créer leurs propres agences, sans trouver en travers de leur chemin la puissance établie de Publicis. Ce respect de ... et de ... , le fondateur de Publicis en donna un brillant exemple quand, dans les années 70, il s'opposa à ses plus proches collaborateurs, qui se proposaient de scinder l'agence Publicis Conseil en une myriade de petites unités indépendantes. La tentative réussie d'Havas poussait dans cette direction. L'un des principaux arguments justifiant le refus de Bleustein Blanchet fut que la nouvelle structure viendrait ... de manière déloyale les petites agences que certains de ses anciens poulains avaient créées avec succès. Face aux jeunes et aux ambitions souvent fougueuses de leur âge, un dirigeant doit avoir la « générosité », pour reprendre l'expression de Daniel Jouve, de les comprendre en tant qu'hommes. Saisir dans la mesure du possible, les ... des jeunes au delà de leurs résultats concrets, leur besoin de ... au delà de leurs capacités techniques.

Pour y parvenir, les entretiens organisés à intervalles réguliers, destinés à faire le bilan du travail accompli, ne sont pas Il faut plutôt mettre à profit toutes les occasions de contacts personnels, souvent informels, pour appréhender leurs ambitions réelles. Les principales qualités d'un dirigeant ou d'un chef d'équipe sont sa capacité d'écoute, sa faculté d'animer et d'enthousiasmer les collaborateurs qui l'entourent et son sens critique pour ... la pertinence des ordres qu'il donne et des objectifs qu'il fixe.

responsabilités accaparantes, l'ambition, l'innovation, dirigeant soucieux, savoir vivre, réussite, société de conseil en communication, réalisation personnelle, jauger, collaborateurs, solutions, motivations profondes, place au soleil, suffisants, concurrencer

Activité 1 : Lisez le texte et complétez-le avec les mots de la boîte

Activité 2 : Nommez les traits nécessaires pour la réussite dans le monde des affaires, d'après l'article. Êtes-vous d'accord ?

Activité 3 : Résumez l'article.

Texte D LA DIVERSITE CULTURELLE, NOUVEAU CRITERE RSE ?

Un nouveau pilier du développement durable est en passe d'émerger, porté par la France et les pays francophones : la diversité linguistique et culturelle. L'observatoire « Linguo-responsable » commence à évaluer les pratiques des entreprises et milite pour que ce critère soit intégré dans leurs politiques.

Combien de langues parle votre entreprise ? Afin de s'assurer que mondialisation rime avec diversité et non-uniformisation, l'association Linguo-responsable.org a mis en place un observatoire du multilinguisme des grandes entreprises européennes, via notamment leur vitrine : leur site Internet. Alors que la France accueillait fin septembre, à la Sorbonne, les Etats Généraux du multilinguisme, c'est une entreprise suisse, Swatch Group, qui décroche le Cybertrophée 2008 de Linguo-responsable pour son site entièrement accessible en quatre langues. La démarche est naturelle pour Nick Hayek, DG et multilingue lui-même. Mais la tendance porte beaucoup d'entreprises à choisir le plus petit dénominateur commun actuel qu'est l'anglais, au risque de discriminations sociales (voir article lié) et de perte de créativité.

« Taux de multilinguisme avancé »

Selon l'Observatoire de la diversité culturelle mis en place par Linguo-responsable, les entreprises du CAC 40 utilisent en moyenne deux langues dans leur site institutionnel ; le français et l'anglais. 11,6% en ont trois ou quatre, et seules six entreprises ont un « taux de multilinguisme avancé », c'est-à-dire qu'elles offrent un contenu trilingue au minimum pour trois rubriques stratégiques (actionnaires, média, recrutement, gouvernance et développement durable). Cependant, la plupart se rattrapent avec des versions locales de leur site Internet.

L'une des six exceptions à décrocher la plus haute note sur son site en « .com », L'Oréal, a fait de la diversité le cheval de bataille de sa politique de développement durable. Ainsi en France, près de 45 % des équipes ne sont pas françaises et 60 % des membres de comités de direction non plus. *« Nous n'avons jamais instauré l'anglais bien que nous soyons une entreprise internationale. Le Français reste une langue importante mais nous nous adaptons localement, et selon les situations, par le sous-titrage ou la traduction, par exemple dans les présentations et formations. Les managers sont formés à la langue locale avant d'être expatriés »* témoigne Sylviane Balustre d'Erneville, responsable Diversité et Inclusion à la direction générale des ressources humaines.

« Diversité créatrice »

L'objectif de Jérôme Gouadain, président de *Linguo-responsable.org*, est « *d'inclure les langues et les cultures dans les politiques de développement durable des entreprises* ». « *Promouvoir la diversité culturelle relève d'une exigence éthique. Ce qui est en jeu [...] est la diversité créatrice* » a également souligné le Sénateur Duvernois, parlementaire de la francophonie, à la remise du Cybertrophée. Cette source de créativité par les langues et la culture ne semble pas interpeller outre mesure les entreprises et administrations françaises, qui ne lui consacrent que 1% de la formation continue.

Dans les grands cabinets anglo-saxons de management, si l'anglais domine, la diversité est assurée par le recrutement international et la mobilité des consultants. « *La maîtrise du langage local est indispensable à la compréhension de la problématique du client. La diversité de nos équipes nous donne plus de chance de trouver la meilleure solution* » témoigne Christian Rayban, consultant chez l'un des cinq grands cabinets.

Un nouveau critère de notation ?

Pour faire évoluer les consciences sur l'importance de la politique linguistique en entreprise, *Linguo-responsable* a développé une méthode de notation de la diversité linguistique des entreprises et administrations européennes. L'association souhaiterait intégrer ce critère dans la notation sociale des entreprises, afin de sensibiliser actionnaires et investisseurs. « *C'est un bon point de départ dans la notation sociale* » souligne Jérôme Gouadain. Il rejoint en cela la Déclaration de Fribourg sur les droits culturels, qui défend la culture comme axe transversal du développement durable.

Vivendi, par son activité de producteur de contenus culturels, est l'un des seuls à avoir choisi la diversité culturelle comme axe majeur de progrès. L'extension des champs linguistiques de ses produits et supports va de pair avec celle de ses marchés. « *Pour Vivendi, groupe producteur et distributeur de contenus, la diversité culturelle est un ressort indispensable au développement de ses activités : qu'il s'agisse de musique, de films, de jeux, de sites Internet... Dans chacun de nos marchés nous promovons les cultures locales et par conséquent les langues*, explique Pascale Thumerelle, directrice DD de Vivendi. *Au niveau du groupe et du siège, l'anglais et le français sont les deux langues de travail et les deux langues dans lesquelles notre site institutionnel est disponible*". Reste à convaincre certaines entreprises des avantages économiques qu'offre la pratique du multilinguisme, comme le soulignent des travaux récents de la Commission européenne. C'est le prochain chantier de *Linguo-responsable*.

Hélène Huteau

Mis en ligne le : 14/10/2008

© 2008 Novethic - Tous droits réservés

Activité 1 : Traduisez et expliquez les notions.

- diversité linguistique et culturelle,

- gouvernance,
- développement durable,
- exigence éthique,
- notation sociale

Activité 2 : Répondez aux questions.

1. De quoi s'occupe l'association Linguo-responsable.org ?
2. Quels exemples du multilinguisme est-ce qu'on donne ?
3. En quoi consiste l'adaptation locale ?
4. Quel objectif est déclaré par le président de Linguo-responsable.org ?
5. Pourquoi est-ce que la diversité culturelle est importante pour l'activité de Vivendi ?

Activité 3 : Qu'est-ce qu'on comprend sous les phrases suivantes ?

1. Un nouveau pilier du développement durable est en passe d'émerger.
2. L'Oréal, a fait de la diversité le cheval de bataille de sa politique de développement durable.
3. *Ce qui est en jeu est la diversité créatrice* » a également souligné le Sénateur Duvernois, parlementaire de la francophonie.
4. C'est le prochain chantier de Linguo-responsable.

UNITE V DROIT DE L'ENTREPRISE

Texte A ENTREPRISE ET REGLEMENT INTERIEUR

Se rattachant au pouvoir disciplinaire du chef d'entreprise, le règlement intérieur a pour rôle, de fixer tant les obligations (discipline, hygiène, sécurité), les droits (défenses des victimes et témoins de harcèlement) ainsi que les interdictions ou limitations relatifs à la vie en entreprise, dont le non respect par le salarié peut entraîner des sanctions. D'une obligation dans une entreprise d'au moins vingt salariés, le règlement intérieur fixe des sanctions se présentant généralement sous la forme d'avertissement, de rétrogradation, de mutation, de blâme, de mise à pied, de licenciement. Nonobstant, l'employeur a le pouvoir de sanctionner un salarié, même si son agissements n'est pas notifié dans le règlement intérieur, mais par contre, une observation verbale n'est pas considérée comme une sanction. C'est bien, dans le

souci d'éviter tout quiproquo, qu'il s'avère judicieux de mentionner les clauses ne pouvant faire objet du règlement intérieur : ce sont les clauses interdites. A noter que, le règlement intérieur doit être affiché à une place accessible et convenable dans les locaux de l'entreprise, ainsi que sur les portes où se fait l'embauche. Il faut savoir que, les lois inhibant les droits des personnes ou leurs libertés individuelles au-delà du but recherché dans l'exercice de la fonction du salarié ne sont pas valables. En effet, certaines clauses dites «non écrites» n'engagent en rien le salarié qui ne les respecte pas. Il peut s'agir de l'interdiction de conversations personnelles, du droit de grève dans l'entreprise, l'obligation des salariés à présenter leurs réclamations au chef d'entreprise et non au délégué du personnel, l'imposition injustifiée d'une tenue de travail, l'application de fouilles systématiques dans les armoires individuelles. Par contre, effectuer un contrôle d'alcoolémie pour le salarié exerçant une activité susceptible d'exposer des personnes ou des biens en danger est autorisé. Qualifiées de «non écrites», les clauses non applicables du règlement intérieur ne concernent pas celles du contrat de travail, à la période d'essai, au licenciement, aux congés payés... Il est bon à savoir que, les clauses contraires aux libertés individuelles des salariés à savoir le mariage entre salariés de l'entreprise, l'introduction d'un journal dans l'entreprise... sont interdites, sauf si elles justifient la nature de l'emploi ainsi que son but recherché. Aucune entreprise n'est autorisée à établir des clauses moins favorables que celles de la convention collective applicable en Entreprise. Dans le même ordre d'idées, le règlement intérieur ne peut défavoriser un salarié du fait de son appartenance culturelle, de son sexe, de son âge, de ses opinions ou de son apparence physique... C'est pourquoi, il est dit que le salarié est tenu de respecter le règlement intérieur (sans oublier ses éventuelles modifications et annexes) à condition qu'il ait fait l'objet de la consultation des représentants du personnel et le comité d'hygiène et de sécurité, du contrôle de l'inspection du travail et déposé au secrétariat greffe du Conseil de prud'homme. L'inspecteur du travail peut, après consultation, exiger le retrait de certaines clauses interdites du règlement intérieur, s'avérant non conformes à la législation du Travail.

source: <http://aquadesign.be>

Activité 1 : trouvez dans l'article et complétez les phrases. Traduisez-les.

- a. Le règlement intérieur a pour rôle ...
- b. Le règlement intérieur fixe ...
- c. Le règlement intérieur doit être ...
- d. ... les clauses non applicables du règlement intérieur ne concernent pas ...
- e. ... le règlement intérieur ne peut défavoriser...
- f. ... certaines clauses interdites du règlement intérieur ...

Activité 2 : Divisez l'article aux parties logiques. Donnez le sous-titre à chaque partie.

Activité 3 : liez les groupes des mots et traduisez-les. Trouvez dans le texte ou faites vos phrases avec ces mots.

pouvoir	un salarier
législation	interdites
sanctionner	d'entreprise
observation	du personnel
clauses	du Conseil de prud'homme
libertés	disciplinaire
période	individuelles
chef	d'essais
secrétariat greffe	verbale
délégué	du Travail

UNITE VI FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Ils sont entrepreneurs à Paris, ils ont créé leur entreprise depuis moins d'un an, le Greffe du tribunal de commerce les a accueillis dans le cadre d'un petit déjeuner convivial au Greffe.

A cette occasion, le Greffe leur a présenté les personnes, les services et les outils mis à leur disposition. Le Greffe s'est entretenu avec eux. Ils sont tous différents et passionnants car ils ont des idées, du dynamisme, et ce petit plus qui constitue la fibre entrepreneuriale.

Ils exercent leurs activités dans les secteurs suivantes :

- a. Le secteur de l'art et de la culture.
- b. Commerce.
- c. Édition, littérature.
- d. Gestion des documents.
- e. Import, export.
- f. Informatique, multimédia.

- g. Mode, couture.
- h. Production.
- i. Restauration.

Avec leur accord, le Greffe présente leur aventure, leurs idées, comment ils les ont mis en place.

1. «NUMERISCAUSA», UNE PASSION POUR LA CULTURE

Six associés sont à l'origine de la création de «NumerisCausa», une SARL née en septembre 2005, avec pour objectif d'accompagner des artistes dans la production et la diffusion d'œuvres numériques.

Pleinement complémentaires, les associés se sont partagé l'activité en fonction de leurs compétences. Trois d'entre eux participent quotidiennement à l'activité de la société : Stéphane Maguet, le passionné et porteur du projet ; Julie Miguirditchian, issue d'une école d'art appliqué ; et Jean-Noël Colas, juriste. S'ils disposent de connaissance très approfondie dans le secteur des arts, ils ne disposent pas une véritable expérience de l'entrepreneuriat.

"La société est la suite logique et commerciale d'une association, sorte de collectif artistique, née il y a deux ans", explique Jean-Noël Colas, gérant de «NumerisCausa». "Les formalités légales ne sont pas énormes pour la création d'une SARL et le Greffe du Tribunal de Commerce a été rapide et efficace. Les experts du Greffe ont non seulement traité notre dossier d'immatriculation d'entreprise en un temps record, mais ils nous ont également conviés à un petit déjeuner particulièrement pédagogique, au cours duquel nous avons découvert tous les outils numériques mis à disposition par le Greffe et qui nous permettent de régler en ligne un grand nombre d'obligations fiscales, sociales et légales".

C'est ensuite, pour la partie fiscale, que les choses se compliquent. *"On a alors un peu l'impression d'être abandonné après avoir été pris par la main au tout début".*

Une situation que le gérant de la société résume en expliquant que *"créer une entreprise est une vraie aventure, qui nécessite une vraie disponibilité, une attention de tous les instants et qui nécessite de ne jamais douter"* mais, si c'était à refaire il ferait exactement la même chose car *"le jeu en vaut vraiment la chandelle"*.

Jean-Noël COLAS
SARL NumerisCausa»

Activité : Production et diffusion d'art contemporain numérique

Mail : jean-noel@numeriscausa.com

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

2. JEAN FRANCOIS RIBAY **CREATIONS ET EDITIONS JEAN FRANCOIS RIBAY**

A 54 ans, cet ancien Directeur des Relations Humaines passionné de photo s'est lancé dans l'impression numérique sur des supports originaux tels que le tissu, le métal, la céramique, le bois ou encore le grès *« Les technologies numériques ont révolutionné l'univers de la photo et de l'impression en les mettant à la portée de tous. L'impression numérique ouvre de nouvelles perspectives à la création graphique en donnant l'opportunité de jouer sur la lumière et les matières »*. De là, naît l'idée de créer une entreprise exploitant ce nouveau concept en France.

Jean-François Ribay se rend à des Salons professionnels et déploie beaucoup d'énergie pour convaincre des imprimeurs de tenter cette aventure *« Je cherchais un appui technique ou un partenariat pour réaliser les premiers prototypes »*. Non sans peine, il réussit à trouver un fabricant français avec lequel il réalise des essais sur différents supports. *« Mon idée a recueilli un accueil plus favorable en Angleterre qu'en France. J'ai étudié la faisabilité du projet avec des créateurs »*.

Surmontant tous ces obstacles, Jean-François Ribay parvient à éditer sa première collection de linge de table, et conçoit des impressions sur des objets tels que des boîtes en métal. Il s'appuie sur un réseau de boutiques de décoration et de design pour diffuser ses produits, dont les dessins sont réalisés par lui même et des artistes amis.

Jean-François Ribay a monté son entreprise seul. En amont de sa création d'entreprise, il a fait appel à des amis entrepreneurs pour fabriquer ses prototypes et facturer ses premiers produits. *« Les difficultés auxquelles j'ai été confronté m'ont convaincu de la nécessité de construire des synergies inter-entreprises pour une mise en commun de moyens techniques »*. Dans cette perspective, Jean-François Ribay réfléchit à la création d'un pôle textile en Bretagne, sa région d'origine *« Ces partenariats nous permettraient aussi de monter plus facilement des dossiers de demande de financement auprès de la Région »*.

Jean-François Ribay est reparti content du petit-déjeuner greffe/entrepreneurs *« Les clés de [signature électronique](#) que vous remettez aux chefs d'entreprise parisiens sont très utiles. J'ai beaucoup apprécié la démonstration faite de leur utilisation. Les informations en ligne sur le site <http://www.greffe-tc-paris.fr/> sont très riches et complètes. Cet outil permet d'actualiser ses connaissances juridiques en matière de droit des sociétés »*.

Notre dynamique créateur a réuni des fonds personnels pour financer les essais techniques, les tests de commercialisation, et l'apport en capital. Il n'a sollicité aucune aide ni prêt bancaire pour l'instant.

Plutôt que des souvenirs, Jean-François Ribay préfère évoquer des impressions *« En France, un créateur de 50 ans qui cherche à démarrer dans un nouveau métier reçoit un accueil plutôt froid. En Angleterre, en revanche, vous êtes accueilli beaucoup plus chaleureusement quand vous apportez des idées »*.

Notre créateur est très heureux d'avoir franchi le pas. Néanmoins, si c'était à refaire, il ne s'y prendrait pas de la même façon *« Je m'efforcerais de solidifier au maximum mes relations fournisseurs pour stabiliser la production »*. Jean-François Ribay pense qu'il faut avant tout *« Y croire et avoir l'appui de son conjoint »*. Un autre point lui semble particulièrement important *« Ne pas rester seul ! Il est indispensable de rencontrer d'autres créateurs et de se constituer un réseau »*.

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

3. TOIT DU MONDE PRODUCTION, LA CREATION D'EVENEMENTS ET DE COSTUMES

Tour à tour mannequin, comédienne, costumière puis conceptrice de projets culturels, Astrid Siwsanker officie depuis plus de 25 ans dans les métiers du spectacle *« Je pense avoir bien compris le mécanisme de ces métiers, les demandes des différents acteurs et les lacunes »*. La fabrication et la production de costumes originaux est un créneau où des choses inédites restent à faire. *« Le costume, c'est ma passion ! Il parle de l'histoire des gens et de leur art de vivre. »*

Les voyages d'Astrid à travers l'Europe, les USA et l'Inde, qui exerce sur elle une véritable fascination, l'ont amenée à approfondir ses connaissances, et à se constituer une collection de pièces uniques *« En voyage, les brocantes et les marchés sont les premiers lieux où je me rends »*. Manager culturel de formation, Astrid a également créé un centre dédié à la culture *« La somme de mes expériences, formations et centres d'intérêts ont abouti à la création de « Toit Monde Production » avec mon compagnon metteur en scène. Nous apportons un savoir-faire d'artistes aux professionnels du spectacle et aux particuliers »*. En plus de la conception de costumes, Astrid et Luc proposent aussi des organisations d'événements familiaux et d'entreprises, ainsi que services d'audit et de conseil en matière culturelle auprès des régions Guadeloupe, Martinique et Guyane.

Astrid a monté son entreprise avec son compagnon metteur en scène. Il leur a fallu deux ans et demi pour concrétiser leur projet *« Nous avons fait appel à toutes les structures de l'arrondissement. La Maison du Développement et de l'Emploi, ainsi que la Maison du Commerce et de l'Artisanat du 19ème nous ont bien épaulés »*. La recherche du local a constitué l'obstacle majeur *« Pour finalement trouver un local qui nous satisfait pleinement, et dans lequel nous avons effectué beaucoup de travaux »*.

Astrid indique : *« Le milieu artistique travaille beaucoup en réseau. J'ai participé à des réunions associatives théâtrales pour trouver des contacts et des informations. Et l'entreprise a bénéficié de nombreux soutiens ! De la part de la Compagnie « Théâtre de l'Air Nouveau » qui nous a prêté des salles, et de la Confédération Syndicale des Familles. Et surtout de notre public et de nos premiers clients »*.

Astrid a trouvé excellente l'organisation des petits déjeuners du Greffe et s'est inscrite aussitôt l'invitation reçue *« Une fois que l'on a créé, l'on se*

sent un peu seul, alors que c'est à ce moment-là que l'on a besoin d'être guidé. L'accompagnement post-création est très intéressant. C'est une initiative à développer à.

Astrid a été très satisfaite des services proposés aux guichets du greffe « Comme la question était un peu complexe la personne n'a pas pu me donner une réponse immédiate, mais j'ai été contactée dès le lendemain par le greffe à.

Notre dynamique dirigeante a investi ses fonds personnels dans la création de sa structure, assortis d'un prêt bancaire de 35 000 à. De plus, elle a fait don à l'entreprise de sa collection de costumes « *Sans cette collection réalisée au fil de mes voyages, et mes économies, j'aurais difficilement pu créer ma propre structure à.*

Le plus mauvais souvenir d'Astrid, ce sont les semaines de travaux qui ont précédé l'ouverture de sa boutique « *Créer une entreprise, c'est se mettre en danger! Pour monter notre show-room, il a fallu tout refaire et investir beaucoup d'argent.   .* « *Mon meilleur souvenir, c'est le jour de l'ouverture de la boutique quand j'ai vu l'enseigne allumée. Les clients et les gens du quartier sont venues me voir pour me féliciter. Je suis heureuse d'avoir apporté du glamour dans un endroit où il n'y en avait pas.   *

Si c'était à refaire ? « *Je m'arrangerais pour finir les travaux avant de créer l'entreprise. C'était trop stressant d'avoir à gérer en même temps les démarches administratives et l'ouverture du magasin, mais ma nature c'est de ne jamais baisser les bras, de maintenir mon rêve et de garder mon objectif en ligne de mire  .*

Astrid SIWSANKER

Toit Monde Production

2 rue Raymond Queneau 75018 PARIS

<http://www.toitmonde.com/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

4. MOTPA, une nouvelle vie dans le commerce

A l'approche de la quarantaine, Pascal a souhaité changer d'orientation professionnelle pour se lancer dans une activité compl  tement différente du conseil qu'il exerçait en tant que salarié.

Son idée s'  st concr  t  s  e grâce à la rencontre avec son futur associé qui connaît bien le secteur de l'épicerie fine. Dans leur boutique du 17  me arrondissement, ouverte courant septembre, présente des produits du terroir provenant de toutes les régions de France.

L'originalité de leur démarche, c'est de proposer à la vente des produits frais de haute qualité, comme par exemple des salaisons traditionnelles. Pascal et son associé envisagent aussi de lancer une activité de traiteur avec l'organisation de buffets pour les entreprises et les particuliers, et d'ici quelques mois, des   v  nements

gastronomiques où leurs clients pourront déguster des spécialités régionales présentées par des producteurs.

Pascal et son associé se sont beaucoup appuyés sur leur réseau amical pour monter leur entreprise, et très peu sur les institutionnels.

Pascal a suivi la demi-journée d'information sur la création d'entreprise de la Chambre de commerce de Paris, et s'est documenté par lui-même pour préparer le dossier. Ensuite, il a fait valider par des amis professionnels les étapes clés du projet : le bail commercial et les statuts par une avocate, le business plan par un expert-comptable, et le dossier de prêt par un banquier.

Les deux associés n'ont pas bénéficié d'aide financière spécifique, ils ont réuni des fonds personnels pour constituer le capital, qu'ils ont assorti d'un prêt bancaire. Le montage du dossier de création de leur entreprise s'est bien déroulé. L'étape la plus délicate a été la recherche de la boutique, qu'ils ont trouvé par l'intermédiaire d'une agence, puis la validation du bail commercial.

Sur ce point, Pascal est particulièrement content de s'être adressé à un avocat car « *cette étape comporte beaucoup de chausse-trappes pour le futur commerçant, qui peuvent avoir des conséquences financières assez lourdes par la suite* ».

La signature du bail reste le moment le plus fort de cette aventure et son meilleur souvenir.

En revanche, les services comme la voirie ou la propreté demeurent des interlocuteurs difficiles car ils sont très nombreux et la multiplication des partenaires municipaux a joué aux dépens de l'avancée rapide du dossier.

Au lendemain de leur immatriculation, les deux associés ont rencontré des professionnels du secteur de l'épicerie fine pour avoir des conseils pratiques. Ils ont enfin participé au petit déjeuner d'information que le Greffe organise pour les nouveaux dirigeants d'entreprise. Ils ont jugé cette action intéressante et la formation bien présentée.

Si c'était à refaire, ils referaient les choses de la même façon, à quelques détails près. Pascal s'est adressé à un ami banquier pour obtenir un prêt. En y repensant aujourd'hui, il pense qu'il s'y prendrait plus tôt pour faire davantage jouer la concurrence entre les banques. Globalement, il serait plus attentif aux délais car son associé et lui-même ont pris un peu de retard pour l'ouverture de la boutique. L'originalité de leur démarche, c'est de proposer à la vente des produits frais de haute qualité, comme par exemple des salaisons traditionnelles. Ils estiment également que l'appui d'un réseau personnel est particulièrement précieux et qu'on ne peut en faire l'économie en dépit de toutes les actions des institutionnels dédiées aux créateurs d'entreprise.

8 rue des Dames, 75017 Paris

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

5. A VENIR EDITIONS, UNE PASSION POUR L'EDITION

Serge Friedman a créé son entreprise à 75 ans. Il a pris le temps de mûrir son projet et s'est lancé dans l'aventure :

« J'ai dû apprendre les éléments d'un métier qui n'était pas le mien et attendre de disposer de fonds avant de pouvoir créer « A Venir ». Ma maison d'édition ne cherche pas à concurrencer les éditeurs qui connaissent bien leur métier.

Son activité se concentre sur une seule collection « Le futur », qui réunit des essais ou des résultats de travaux sociaux, biologiques, écologiques, philosophiques, voire utopiques.

Ces textes parlent tous de l'avenir et ouvrent une réflexion : comment réagir aux problèmes auxquels notre planète se trouve confrontée ? Quelles sont les solutions ?»

Ce metteur en scène de cinéma, qui déclare ne pas supporter la retraite et l'inactivité explique *« Je réalisais des documentaires et j'en fais toujours mais à un rythme moins effréné qu'il y a 20 ans. Cette activité d'édition est le prolongement direct de ma vie professionnelle. Le support change, mais la finalité reste la même : faire passer un message à mes contemporains »*. Serge Friedman a déjà publié deux ouvrages, que l'on trouve en librairie, et un troisième va bientôt sortir. *« Je me fixe pour objectif de publier 4 à 5 livres par an au maximum »*.

Avant de créer son entreprise, Serge avait besoin de se renseigner sur le métier de l'édition et son marché. Il a donc adhéré à une association, qui lui a permis de se faire des amis qui connaissent bien le métier de l'édition. A leur contact, il a recueilli beaucoup d'informations utiles sur le marché. Deux personnes, un spécialiste de la fabrication de livres et un graphiste l'ont épaulé au moment de l'élaboration du premier ouvrage. *« Comme je travaille seul et que l'édition n'est pas mon métier, je suis passé par une phase d'apprentissage pour utiliser des logiciels professionnels de mise en page, par exemple. Pour la réalisation de mon premier livre, un ouvrage collectif de 9 auteurs intitulé « L'humanité, espèce menacée », j'ai fait appel à un ami qui fabrique des livres pour avoir des conseils de mise en page. J'ai également été conseillé par un ami graphiste. »*

Serge Friedman a monté seul son entreprise. Il s'est juste fait aider pour élaborer le « Business plan », un outil qu'il juge très théorique car *« Dans cette activité, c'est l'instant qui compte »*. Il a rencontré les experts du Greffe quant il a reçu une invitation à un petit déjeuner d'information sur les formalités des nouveaux entrepreneurs. *« Ce type de réunion est vraiment utile, les informations sont concrètes, un juriste répond aux questions des entrepreneurs, bref c'est très rassurant, et puis, on sait à qui s'adresser par la suite en cas d'incertitude ! »*.

Il a également procédé seul au financement de base, *« J'ai réuni des fonds personnels pour constituer le capital de mon entreprise qui s'élève à 7 600 € »*.

Le choix des ouvrages est simple, Serge Friedman contacte des scientifiques, des philosophes, des sociologues, qui lui adressent des écrits qu'il sélectionne pour publication, *« J'avance à petits pas, en réalisant beaucoup de choses par moi-même, et en déléguant certaines tâches à des professionnels. Pour le premier livre, par exemple, je me suis chargé de sa diffusion en faisant du porte-à-porte auprès des*

libraires. Les résultats n'ont pas été mauvais, mais j'ai réalisé qu'il était impossible de tout faire par soi-même. Pour le deuxième ouvrage, je me suis adressé à un distributeur-diffuseur dont je suis très satisfait. La prochaine étape, ce sera ma participation le 17 mars 2006 au salon du livre, où j'ai pris un petit stand. ».

Au ceux qui veulent suivre son exemple, Serge Friedman indique « , Je dirai aux personnes qui se lancent dans cette aventure sans connaître le métier, qu'il faut avancer prudemment et ne pas croire que tout est écrit d'avance. Il faut être passionné et avoir de l'ambition ! Comme tout le monde ne peut pas devenir milliardaire, il faut accepter de perdre de l'argent pour répondre à cette passion. Plus concrètement, si je peux faire une recommandation à une personne qui débute, je dirai qu'il est essentiel de prendre le plus de contacts et de renseignements sur le marché avant de créer son entreprise. »

Pour Serge Friedman, *« ni meilleur, ni pire mauvais souvenir car l'édition, c'est sa passion et si c'était à refaire, il referait les choses de la même façon ! ».*

A VENIR EDITIONS

7 rue des Innocents 75001 Paris

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

6. COSMA TERRA, QUAND L'INTERNET ACCOMPAGNE LES PRODUITS DE SOIN

Anne Le Turnier a toujours eu envie de créer son entreprise. Diplômée d'une école de commerce, elle a exercé diverses fonctions commerciales et marketing au sein de plusieurs sociétés informatiques. L'opportunité de monter sa propre structure s'est présentée en 2004. Licenciée pour des raisons économiques, elle suit un bilan de compétence qui met en lumière ses aptitudes au management *« Cette rupture dans mon parcours professionnel m'a aidée à franchir le pas. Mes activités professionnelles très stressantes m'avaient amenée à m'intéresser à la relaxation, aux médecines douces, à l'acupuncture pour mieux vivre au quotidien. Alors, j'ai eu envie d'utiliser ces compétences pour apporter du bien-être ».* Anne s'est rapidement orientée vers la vente de produits de soins naturels et biologiques. Au départ, notre jeune créatrice pensait ouvrir une boutique *« un rêve de petite fille »*, à laquelle elle a dû renoncer. *« Mon plan de financement m'a ouvert les yeux. Je voulais une boutique bien située à Paris, mais au vu des prix j'ai réalisé que c'était un trop gros risque pour démarrer. J'ai donc préféré développer un site Internet marchand <http://www.cosmaterra.fr/> dont j'ai conçu la structure. Il a été réalisé par des professionnels, et le résultat est très satisfaisant. »*

Anne a monté son entreprise seule. Comme elle était demandeur d'emploi, Anne Le Turnier a bénéficié d'un accompagnement à la création d'entreprise par l'ANPE. Elle a également obtenu l'[ACCRE](#), qui lui permet d'être exonérée de charges sociales pendant un an. *« J'ai adhéré au réseau Action'elles, qui regroupe des femmes entrepreneures. Ces réseaux sont utiles pour avoir un appui moral et rencontrer des*

dirigeants qui se posent les même questions que vous.»

Anne Le Turnier a trouvé le petit-déjeuner organisé par le greffe très utile « *Les [certificats de signature électronique](#) que vous délivrez gratuitement aux entrepreneurs parisiens m'intéressent beaucoup, je suis preneuse de tout ce qui peut me faire gagner du temps. Dommage que la dématérialisation des formalités légales au Registre du commerce ne soit pas encore possible !* ». « *Le site Internet du greffe est très clair, je l'ai recommandé à ma mère, qui est chef d'entreprise dans le domaine du conseil juridique !* ». Elle a bien apprécié les services des guichets d'accueil « *Pour y déposer mes livres de commerce à faire coter et parapher* ».

Notre jeune dirigeante a engagé ses économies dans la création de son entreprise, soit 20 000 €. Elle a démarché les banques, qui lui ont accordé un financement de 17 000 €, complété par un prêt de 7 000 € obtenu auprès de la BDPME. « *J'ai démarché de nombreuses banques avant d'en trouver une qui accepte de me prêter des fonds. Les banquiers sont frileux pour financer la vente à distance qu'ils considèrent comme étant une activité risquée* ».

Le plus mauvais souvenir, c'est sans conteste, [la recherche d'un financement](#) ! Le meilleur, le jour de la présentation de la maquette de son site Internet marchand « *A ce moment là, j'ai vraiment senti que le projet démarrait !* ».

Si c'était à refaire ? Elle retenterait l'aventure sans hésiter ! Elle est ravie d'avoir fait ce choix « *En créant ma propre entreprise, je me suis aperçue que mes précédents postes ne m'avaient pas donné l'opportunité d'exploiter toutes mes compétences. J'adore être aux commandes et faire de tout, du marketing, de l'informatique, de la comptabilité, me pencher sur les aspects financiers* ». Anne Le Turnier a trouvé que son projet mettait du temps à se concrétiser « *Un an, c'est très long. Si c'était à refaire, j'irai certainement plus vite dans certaines démarches grâce à l'expérience engrangée* ».

Au potentiel créateurs d'entreprise, elle conseille « *De ne pas rester seul ! De trouver des personnes motivantes dans son entourage, de se connecter à des réseaux, de suivre des formations. C'est important de pouvoir échanger avec des chefs d'entreprises qui se trouvent dans la même situation que vous. Savoir aussi que créer une entreprise prend du temps et s'armer de patience.* »

Cosma Terra
146 avenue Parmentier, 75011 Paris
<http://www.cosmaterra.fr/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

7. ELLIPSE FORMATION, POUR SE FORMER AUX NOUVEAUX LOGICIELS

En 1998, Karine Sautel créait Quick Intérim, une agence spécialisée dans la communication écrite, le multimédia, le Web, la vidéo et la photo. Cette expérience est un succès : l'entreprise se développe rapidement et 300 clients

lui renouvellent leur confiance chaque année. *« J'ai acquis une connaissance précise des besoins en arts graphiques et en communication multi supports que j'ai eu envie de mettre au service de la formation professionnelle ».*

A la suite d'un licenciement économique, Karine Sautel décide de se lancer et monte Ellipse formation *« Les outils logiciels ne cessent d'évoluer et il est impératif pour les professionnels d'en garder la maîtrise. Nous proposons une offre de stages repensés chaque année sur les nouveaux logiciels qui comptent dans la profession. Grâce à des licences constamment renouvelées sur le site des stages, les sessions d'Ellipse formation s'effectuent sur les dernières versions des logiciels ».*

Karine Sautel travaille avec une équipe de formateurs « free-lance » ou des vacataires, qui dispensent les formations sur-mesure en entreprise ou dans une salle équipée qu'elle loue en fonction des besoins *« Pour fonctionner de façon souple et éviter d'acquérir des logiciels multi-licences, très coûteux ».*

Karine Sautel a monté sa SARL seule. Un associé, son frère, dispose d'une part sociale symbolique. Cette dynamique créatrice a fait appel à un expert-comptable pour établir son budget prévisionnel et rédiger ses statuts. Sa demande d'[ACCRE](#) a été acceptée, ce qui l'exonère de charges sociales pendant un an. Elle n'a pas encore utilisé les chèques conseil. *« Je n'ai rencontré aucun obstacle dans la création de mon entreprise ».*

Karine Sautel a trouvé le [petit-déjeuner d'information du greffe](#) *« Très intéressant, clair et convivial. C'est une initiative originale. J'ai recueilli de nombreuses informations utiles, et j'ai aussi apprécié de m'entretenir directement avec un juriste pour avoir une réponse immédiate à mes questions ».*

Karine a financé son entreprise avec sa prime de licenciement. Elle n'a pas effectué d'emprunt bancaire *« La création et le mode de fonctionnement de mon entreprise au démarrage n'ont pas nécessité un apport de fonds très important ».* Quant on lui demande ce qu'elle a trouvé difficile, notre créatrice estime ne pas avoir de mauvais souvenir ! *« Mes meilleurs souvenirs ? Le moment où j'ai trouvé le nom de la société, et le jour où j'ai reçu l'[extrait Kbis](#) ! ».*

Et si c'était à refaire ? Elle le referait sans hésiter de la même façon.

A un potentiel entrepreneur Karine conseille : *« Au moment de la création, on se pose toujours des questions concernant les impôts, les caisses de retraite, les formalités légales. Je conseille aux créateurs de ne pas hésiter à se déplacer et à aller rencontrer son interlocuteur. Contrairement aux idées reçues, le dialogue avec les administrations est possible, et l'on est bien reçu. D'ailleurs, c'est ce que recommande aussi le juriste du greffe que j'ai rencontré. »*

Ellipse formation
75 boulevard Pereire 75017 Paris
<http://www.ellipseformation.com/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

8. VHOX, TIC ET SELF MADE MAN, LA RECETTE DE LA REUSSITE !

Michael Montmoril a passé deux ans en Californie dans la Silicon Valley où il s'est formé au développement de projets multimédia. *« Quand je suis arrivé, je parlais trois mots d'anglais et comme je ne maîtrisais pas la programmation des sites Web, j'ai dû tout apprendre de A à Z »*. Cette expérience très riche a aussi permis à Michael d'engranger des compétences complémentaires *« Marketing, interfaçage de projets, ergonomie, et surtout graphisme, pour lequel je me suis découvert une véritable passion »*.

De retour en France, déçu du manque de perspectives du statut de salarié, Michael commence à travailler en free-lance pour des entreprises engagées dans la microélectronique de pointe qui lui confie la réalisation de tous ses projets multimédia.

Son goût pour le design l'amène à travailler pour l'hôtellerie/restauration et des architectes. Hormis les sites Web, Michael organise des événements, conçoit pour ses clients des supports de communication, newsletters, flyers, plaquettes, etc., et travaille avec une école d'ingénieurs de grand renom. *« Mon activité de free-lance fonctionnait bien, j'ai naturellement opté pour la création d'une SARL pour être en mesure de proposer à mes clients des services et des produits plus adaptés et plus complexes »*.

Notre créateur se définit lui-même comme un *« self-made man »*. Il s'est appuyé sur son expérience de gestion acquise en free lance pour créer son entreprise. *« Comme il devenait difficile de tout gérer seul, je me suis associé avec deux personnes, dont un graphiste, pour mener à bien mes projets »*.

Michael beaucoup apprécié le petit-déjeuner au greffe *« C'est une excellente initiative qui permet aux entrepreneurs d'avoir un accompagnement post-création. J'ai été satisfait des réponses apportées par le greffe à mes questions, et je dispose désormais de repères pour mener à bien les démarches inhérentes à ma SARL. J'ai prévu de rencontrer mon comptable en septembre pour lui parler des livres de commerce et du certificat de signature électronique. »*.

En professionnel sur le sujet, Michael trouve le site Internet du Greffe très clair et utile *« C'est une source d'informations où j'irai puiser pour mes démarches, les fiches pratiques sont très bien faites. Parmi les services proposés, le certificat de signature électronique a retenu son attention, je suis très intéressé car SOITEC, mon principal client, intègre cette technologie dans sa charte Qualité fournisseurs »*. Michael n'a pas eu l'occasion pour l'instant de s'adresser aux guichets d'accueil. Même s'il est très demandeur de services en ligne, il trouve qu'il *« est indispensable de pouvoir s'entretenir physiquement avec un interlocuteur pour lui poser directement ses questions. « L'ordinateur ne remplacera jamais le contact humain ! Et c'est formidable de pouvoir rencontrer un expert qui vérifie votre dossier sur place »*.

Michael a financé son entreprise sur ses fonds personnels. La création a été consolidée par la signature d'un contrat annuel avec Soitec.

S'il n'a pas vraiment de meilleur souvenir, Michael retire une satisfaction personnelle de cette aventure. *« La création d'une structure apporte à son dirigeant une reconnaissance plus forte. En free-lance, j'avais l'impression de ne pas avoir les reins assez solides pour mener seul à bien tous les projets. Je ne peux qu'être content*

d'avoir tenté l'aventure ».

Michael n'a pas non plus de mauvais souvenirs « *Dans mon cas, le passage à la création de SARL s'est effectué naturellement. C'est mon comptable qui s'est chargé des formalités de constitution, que j'ai suivies de près* ». Et si c'était à refaire, il referait les choses de la même façon.

Au regard de son expérience, Michael conseillerait à une personne souhaitant créer une « De croire en ce qu'elle fait, et de le faire au mieux ! Pour réussir, le créateur doit veiller à trois points essentiels : être multi compétent, savoir gérer son entreprise, être très proche du fonctionnement de sa société. Et surtout aborder et gérer de façon positive sa relation clients ! ».

Vhox

4 passage Hébrard 75010 Paris

<http://www.vhox.com/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

9. COMMONLY SARL, L'INTERNET SOCIAL EN ACTION

C'est son désir d'indépendance qui a amené Fabien à créer son entreprise. A 27 ans, ce jeune chef de projet pense qu'il a tout à gagner de cette expérience qu'il trouve particulièrement enrichissante. Il s'est associé avec une personne de sa famille, informaticien de profession, pour monter « Commonly ».

Leur entreprise propose aux commerçants, aux artisans, aux écoles, aux communes, aux associations la réalisation de sites Internet personnalisés à un prix modéré « *Nous faisons de l'Internet social. Notre objectif c'est de mettre cette technologie à la portée de tous, sous un délai rapide* ».

Leur entreprise vient de démarrer, et ils sont déjà satisfaits des premiers contacts clients de ce mois de juillet « *Les premiers démarchages ont donné de bons résultats qui devraient se concrétiser par des commandes en septembre* ».

L'entreprise est le fruit d'un partenariat réussi : Fabien se charge des relations clients et de la gestion administrative, et son associé informaticien des aspects techniques.

Pour monter leur entreprise, les deux entrepreneurs ont suivi les sessions de formation de la CCIP, se sont renseigné sur des sites Internet institutionnels et ont consulté des revues spécialisées.

Ils ont aussi fait appel aux compétences des personnes de leur entourage familial pour les épauler dans la rédaction des statuts et le business plan.

Les deux entrepreneurs ont demandé et obtenu l'ACCIRE qui les dispense de charges sociales pendant la première année d'activité. Fabien a participé à l'un des petits déjeuners du greffe qu'il a trouvé très intéressant. Il venait essentiellement pour s'informer sur les livres de commerce et leur tenue, et il a été satisfait des réponses apportées par le greffe. « *Le site répond aux attentes des utilisateurs. Il est très complet* ».

Pour financer leur entreprise, les deux associés ont chacun apporté 49% de son

capital, le frère et sa belle-sœur de Fabien possèdent 2% du capital.

Les deux entrepreneurs ont fait le choix de démarrer leur activité à domicile avec du matériel dont ils disposaient déjà. Ils ont juste acquis un logiciel pour réaliser les sites web.

Les deux associés ont finalisé leur création d'entreprise en un mois, sans rencontrer de difficulté majeure. Ils ont aussi eu la satisfaction de voir accepter leur demande d'ACCRE, sans surprise néanmoins car leur business plan avait été validé par un contrôleur de gestion.

Le montage de leur projet a été bien structuré. Au regard de l'expérience qu'il a acquise en matière de création, Fabien pense qu'il irait peut-être plus vite pour certaines démarches, mais il referait les choses de la même façon. *« Et l'essentiel pour lui, c'est d'y croire et de rester optimiste ! ».*

Fabien De Biasi
COMMONLY SARL
37 R GABRIELLE 75018 PARIS 18
01 42 62 45 42
<mailto:fabien.debiasi@commonly.fr>
<http://www.commonly.fr/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

10. PHILOMENE COUTURE ET FAÇON, UNE CREATION D'ENTREPRISE COUSUE MAIN

La création de Philomène Couture et Façon trouve son origine dans *« la même envie de se lancer au même moment »* de leurs fondatrices, Carine Lourme et Marion Konninck.

Fortes d'une excellente collaboration dans leur ancienne entreprise, elles ont décidé de se lancer dans l'aventure de la création à la fin de leur CDD. Carine et Marion forment un beau duo : à 24 et 27 ans elles ont toutes deux suivi les mêmes études à l'Ecole Supérieure des Arts et Techniques de la Mode, avec une spécialisation dans les costumes de scène pour l'une, et le dessin de broderies et de robes de mariées pour l'autre. *« Cette synergie nous permet de nous comprendre parfaitement tout en étant complémentaires ».*

Leur activité se décline autour de la parure de la personne, avec la conception de broderies pour des professionnels, ainsi que des prestations artisanales de création de tenues de ville, de robes de mariée pour les particuliers.

Pour mener à bien leur projet, Carine et Marion ont suivi les formations de l'ANPE dédiés à la création d'entreprise, ainsi que l'atelier de chambre des métiers, obligatoire pour les artisans. Elles sont toutes les deux bénéficiaires de l'ACCRE, ce qui leur permet d'être exonérées de charges sociales pendant un an. De plus, le réseau de contacts issus de leurs précédentes expériences leur a donné le coup de pouce nécessaire pour démarrer leur activité en apportant les premières commandes. *« Nous*

avons été très bien accueillies. Les petits-déjeuners sont très intéressants pour recueillir de l'information, tant sur les formalités que sur les outils. Le plus, c'est le côté interactif de la rencontre avec les juristes du greffe. »

Elles trouvent également le site du greffe extrêmement utile, « Nous allons certainement l'utiliser prochainement pour notamment utiliser les modèles de documents, et nous informer sur les paraphes des livres de commerce. Le [certificat électronique](#) est un outil novateur que nous comptons demander pour faciliter nos démarches administratives ».

Pour le financement de leur projet, les deux jeunes femmes se sont débrouillées pour concrétiser leur projet sans prêt bancaire. Aides familiales, économies, et vente d'un appartement leur ont permis de démarrer sans s'endetter. « Nous avons investi au minimum, en exerçant notre activité chez nous, pour commencer. Les banques nous ont conseillé d'attendre la fin du premier exercice avant d'investir des fonds. Comme avons démarré notre activité avec des professionnels de la broderie, nous n'avons pas besoin de beaucoup d'espace ni de fonds pour commencer. En septembre, nous envisageons de nous renseigner sur la location d'un local qui servira d'atelier et de bureau d'accueil de nos clients ».

Tout s'est bien passé pour Carine et Marion. Elles indiquent simplement qu'elles ont été soulagées d'achever leurs démarches d'ACCRES et leurs formalités de création. « Au départ, le créateur est désorienté. Il ne sait pas vers qui se diriger et il ne maîtrise pas la terminologie. Au bout de quelques ateliers, il se sent plus à l'aise et commence à recouper les informations ».

A un potentiel créateur d'entreprise, elles lui conseilleraient de prendre son temps « trois ou quatre mois, cela semble long, mais c'est un délai nécessaire pour boucler le projet et en appréhender toutes les facettes. La phase de formation à la création est une étape importante, qu'il ne faut pas négliger. Un petit conseil supplémentaire : aux artisans, je conseillerais de commencer par le stage de la Chambre de Métiers, qu'il est possible de réaliser avant l'immatriculation. »

27 rue Morand 75011 PARIS

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

11. LIOBOV ILET «ILEST'EXPORT»

C'est son parcours personnel et professionnel qui ont donné à Lioubov ILET l'idée de créer son entreprise.

Russe d'origine, cette jeune dirigeante de 33 ans a exercé des fonctions de prospectrice commerciale pour des entreprises françaises désireuses de développer le marché russe et d'autres pays annexes. "Les entreprises exportatrices bénéficient d'une multitude d'appuis pour développer leur activité à l'export, et pourtant l'accompagnement sur le terrain laisse à désirer. Cet handicap est encore renforcé par la méconnaissance de la langue, de la culture, et du comportement d'achat de leurs interlocuteurs. Partant de ce constat, j'ai créé mon entreprise de conseil et de

commercialisation à l'international". Lioubov propose un accompagnement commercial et linguistique complet aux entreprises françaises désireuses d'entendre leurs marchés en Russie, en Ukraine et au Kazakhstan "pour favoriser les échanges entre les interlocuteurs commerciaux et les aider à franchir les obstacles de réglementation".

Elle apporte aussi un appui aux entreprises russes intéressées par le marché français. Pour l'instant, la jeune femme concentre ses efforts sur la filière du bois "un secteur traditionnel en Russie qui fait actuellement l'objet d'un plan de relance économique".

Cette dynamique créatrice a créé son entreprise seule "en s'appuyant sur des réseaux et des conseillers dans le pays et les organismes français qui proposent un appui à l'export. J'ai rencontré des professionnels, juristes, avocats, expert-comptables, qui m'ont prodigué des conseils utiles, mais j'ai réalisé seule l'analyse de l'aspect prévisionnel du business plan, en particulier pour la partie financière". Elle envisage aussi de déposer des demandes d'aides à l'avenir, en fonction du développement de son entreprise.

Lioubov a trouvé le petit-déjeuner du greffe "utile, très sympathique et convivial. J'ai beaucoup apprécié la possibilité de pouvoir poser des questions en direct. Les conseillers en création et les administrations devraient développer ce genre d'initiative en favorisant les rencontres inter-entrepreneurs, surtout avant le dépôt des statuts". "Le site Internet <http://www.greffe-tc-paris.fr/> est très bien fait et complet quant à son contenu. Je l'ai consulté à plusieurs reprises et j'y ai trouvé les réponses que je recherchais". Cette jeune créatrice a créé son entreprise avec ses propres ressources. Elle n'a bénéficié d'aucune aide pour l'instant, hormis du dispositif d'exonération des charges sociales de l'Accre. "Mon meilleur souvenir, c'est certainement le challenge qu'induit la création. Les obstacles auxquels le créateur se trouve confronté lui permettent de faire le point et de rectifier le tir".

A tout nouvel entrepreneur, elle conseillerait de "veiller à une organisation rigoureuse de la gestion de son temps, pour se consacrer à la réflexion et à la recherche d'informations, de bien définir son objectif et d'évaluer ses capacités".

«ILEST'EXPORT»

93 rue Cardinet 75017 Paris

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

12. UNIQUIM, UN DUO POUR L'IMPORTATION...

Ce professionnel de la chimie, a travaillé pendant 28 ans chez Rhône Poulenc / Rhodia. « Mon parcours est assez atypique et j'ai réalisé la plus grande partie de ma carrière en Amérique Latine et en Grèce comme Directeur de filiale. Au moment où Rhodia connaissait des difficultés, j'ai demandé à quitter le groupe, pour faire ce que

faisais déjà mais de façon indépendante ».

La société d'Yves Seugnet commercialise des produits chimiques à l'international « *Par exemple, nous vendons en Europe des pigments pour la peinture fabriqués au Brésil, qui sont utilisés dans la construction pour marquer les chantiers. Nous commercialisons aussi des produits destinés à l'industrie plastique et alimentaire* ». L'activité développée par Yves est transcontinentale : il travaille avec l'Amérique Latine, l'Asie, et l'Europe, et sert d'intermédiaire entre les clients de ces continents « *En ce moment, je cherche des clients au Proche-Orient pour leur vendre des produits brésiliens* ». Les produits sont stockés dans un entrepôt au Havre. « *Pour une petite entreprise, c'est un véritable challenge de se faire connaître des acheteurs qui sont souvent de grands groupes. Une fois convaincu de l'excellence de votre prestation, l'acheteur doit encore homologuer et tester les produits, avant de passer commande* ». Je me donne 2 ans pour réussir, faute de quoi je retournerai vivre et travailler en Amérique Latine où j'ai de nombreux contacts.

Yves a monté son entreprise avec un associé. Ils s'appuient sur leur réseau professionnel d'anciens de Rhône-Poulenc/Rhodia et leurs contacts à l'international. Il a bâti son projet de création dans le cadre de son « reclassement professionnel » mis en place par Rhodia. Yves a bénéficié des services d'un consultant qui l'a appuyé dans ses démarches d'ACCRE et ses formalités de création. Pour le financement de la société, Yves et son associé ont constitué eux même les apports sur leurs fonds personnels « *Nous gérons de près la trésorerie* ».

Yves a trouvé le petit-déjeuner du Greffe, sympathique et utile « *J'ai apprécié le côté pratique et les astuces données aux entrepreneurs qui leur permettent d'économiser du temps et de l'argent, les informations sur la tenue des livres de commerce sont à retenir* ». Le site du Greffe recueille également son intérêt « *La commande de documents officiels par Internet est un service très utile que j'utiliserai certainement, et je compte demander un certificat électronique d'ici quelques mois dès que la facturation aura réellement démarré.* »

Quant il évoque son meilleur souvenir, Yves pense tout de suite à la première commande passée par un client « *C'est fantastique quand une entreprise vous fait confiance et d'entendre dire que les produits que vous vendez sont de bonne qualité pour un prix compétitif* ».

A un candidat à la création d'entreprise, Yves préconise « *De prendre tous les conseils utiles auprès des institutions, de s'armer de patience car des mois peuvent s'écouler entre le 1er contact et la commande, d'être très près de la trésorerie pour réussir à se constituer une réserve, et de bien gérer ses crédits clients/fournisseurs. Aux jeunes créateurs, je recommande de ne pas hésiter à sortir de l'Hexagone, car le marché minimum aujourd'hui c'est l'Europe. Pour opérer à l'international, mieux vaut s'appuyer sur un partenaire local doté d'une bonne connaissance du marché* ».

UNIQUM

1 rue des Reculettes 75013 Paris

<http://www.uniquim.com/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

13. DOCTEUR MAC & PC, LA REVENTE DE MATERIEL INFORMATIQUE EN LIGNE

A 32 ans, Yves Dikoumé a créé son entreprise pour gagner de l'argent et être indépendant.

Sa passion pour les nouvelles technologies et le succès qu'elles rencontrent auprès d'un large public lui ont donné l'envie de fonder sa propre structure. Sa société vend du matériel informatique, audio, et vidéo en ligne, et propose des prestations telles que la création de logiciels, du conseil et de la maintenance. C'est grâce à sa persévérance qu'Yves a réussi à monter son entreprise. Outre ses études universitaires classiques et en informatique, et des stages de perfectionnement, il a beaucoup appris seul *« J'ai aussi travaillé en tant que commercial, ce qui m'a donné une bonne expérience de la vente. »*.

Ses clients sont des studios d'enregistrement, de production audiovisuelle et radiophonique, et aussi *« des particuliers dont c'est le hobby ou qui souhaitent devenir professionnels »*. L'activité de revente de matériel informatique requiert beaucoup d'efforts pour être rentable *« Il est très difficile pour une petite structure d'être aussi concurrentielle que les grandes, qui vendent souvent en dessous du prix du marché. »*. Pour équilibrer son activité, Yves a créé une seconde entreprise en Angleterre qui exerce la même activité.

Yves a monté son entreprise seul *« C'est plus facile pour prendre les décisions. Je ne suis pas convaincu qu'amitié et initiative fassent toujours bon ménage. Si je dois m'associer un jour, ce sera avec un partenaire en dehors de mon cercle d'amis »*. Ce jeune créateur a sollicité un appui auprès d'institutionnels, qu'il n'a malheureusement pas réussi à concrétiser *« J'ai fait appel à la pépinière d'entreprises de Saint Denis, mais après un an et demi d'attente, il n'y avait toujours pas de place disponible. J'ai dû renoncer aux chéquiers conseil de l'Accre pour les mêmes raisons »*.

Il a, en revanche, trouvé un solide appui auprès de l'ADIE qui lui a accordé un prêt bancaire de 5 000 € pour monter son projet.

Toutes ses démarches de création, Yves les a effectué seul en recueillant des informations en ligne. Yves n'a pas été satisfait du service de conseil payant souscrit auprès d'un institutionnel qui a omis de lui indiquer qu'il devait effectuer une demande d'ACCRE avant de s'immatriculer pour pouvoir bénéficier d'une exonération de charges sociales pendant un an. Les petits-déjeuners lui semblent une bonne initiative *« ils rendent moins tabou le rapport au créateur. Le nouvel entrepreneur se sent seul et souvent découragé par tous les obstacles financiers qu'il rencontre dès le démarrage de son activité. La disponibilité de greffe et de l'Adie pour accompagner les entrepreneurs peut inciter de jeunes entreprises encore fragiles à ne pas baisser les bras. De plus, les [formalités en ligne](#) sont très utiles. Dommage que la dématérialisation complète ne soit pas encore possible comme en Angleterre. Là-bas, vous créez votre entreprise en ligne en 15 minutes. »*

Pour le financement de son entreprise, ce jeune créateur a réuni ses économies et s'est appuyé sur le prêt de l'ADIE pour créer son entreprise « *Cet apport de fonds m'a permis de financer la création des deux sites marchands et de participer à l'Apple Expo* ».

Son plus mauvais souvenir, c'est le démarchage auprès des banques pour tenter d'obtenir un prêt « *J'ai dû attendre 6 mois après la création et démarcher 20 banques pour réussir à ouvrir un compte au nom de la société. Les difficultés de financement d'un projet représentent un très sérieux écueil pour créer et faire perdurer une entreprise en France.* »

Son meilleur souvenir : la création d'une entreprise en Angleterre. « *En Angleterre, les banques sont beaucoup plus ouvertes aux créateurs, d'ailleurs, elles n'ont ni vigile ni de sas de sécurité à l'entrée* ».

Au regard de l'expérience engrangée, Yves referait les choses de façon différente. « *J'évitais de prendre une domiciliation commerciale, qui rend l'entreprise peu crédible auprès des banques, et je privilégierais une domiciliation chez moi* ». Il ne ferait pas non plus appel à la Banque de France pour ouvrir un compte « *Cela restreint les services bancaires,* » et surtout, il utiliserait au maximum les services d'information et d'aide à la création.

Aux candidats à la création d'entreprise, Yves propose une petite astuce « *A une personne qui se lance dans la revente de matériel informatique, je conseille d'ouvrir un compte chez les fournisseurs qui n'exigent pas de commandes préalables pour connaître le prix réel d'achat, et pouvoir fixer le prix de vente* ». Il ajoute « *Le créateur doit être bien conscient que les écueils sont partout et qu'il est difficile de gagner de l'argent dans cette activité où le marché est dominé par des grandes entreprises en situation de quasi-monopole* ».

DOCTEUR MAC & PC

23-25 rue Jean-Jacques Rousseau 75001 PARIS

<http://www.matosaudiodiscount.fr/> et aussi <http://www.digitalhubline.com/>

Tél. : 0 870 407 800

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

14. OBJECTIF CHINE, LA CLE D'ENTREE POUR LE MARCHE CHINOIS

A 47 ans, Jiann-Yuh Wang a exercé plusieurs activités tout au long de sa carrière. Issu de l'Ecole Normale Supérieure de la rue d'Ulm, il a été professeur de philosophie, journaliste, directeur de production de films documentaires et institutionnels et traducteur-interprète quadrilingue. Né à Taïwan, il domine parfaitement le chinois, ainsi que l'anglais, le français et le portugais, qu'il a appris au Brésil où il a séjourné plusieurs années.

Jiann-Yuh Wang explique « *Après m'être dédié pendant plusieurs années à la traduction littéraire et à l'enseignement, j'ai voulu mettre ma connaissance du chinois au service de partenaires économiques. Le croisement entre ce souhait*

personnel et l'émergence économique de la Chine m'ont donné l'idée de créer une entreprise proposant un éventail de services de conseils. Porté par mon intuition, j'ai exploré plusieurs directions dont certaines se sont révélées plus fructueuses que d'autres, comme par exemple former les cadres français pour aborder le marché chinois. En revanche, je me suis aperçu que le secteur du tourisme en France n'était pas encore porteur. »

Le 26 novembre 2004, Jian-Yuh Wang immatricule son entreprise Objectif Chine au registre du commerce. Sans associé, il dirige seul son entreprise. Il déclare : « *Paris Initiative Entreprises m'a apporté un soutien très utile pour élaborer mon business plan. J'ai eu également la chance d'être lauréat du prix de la création des micro-entreprises, qui m'a permis de bénéficier de chèques conseil gratuits* ». Dès qu'il reçoit l'invitation du greffe à un petit déjeuner, Jian-Yuh Wang y répond et participe à l'une de ces réunions qu'il trouve particulièrement instructive et intéressante.

Le question des financement est selon lui, une toute autre affaire. A cet égard, Jian-Yuh Wang indique « *S'il est relativement facile d'obtenir des aides et des conseils, il est beaucoup plus difficile de trouver des financements ! J'ai réuni des fonds personnels que j'ai complété par des emprunts : 4 500 € auprès de Paris Initiative Entreprises, 3 000 € accordés par la BDMPE, et un prêt bancaire de 6 000 € auprès de ma banque, que j'ai réussi à convaincre de me prêter des fonds grâce au prix de la création d'entreprises qui a apporté une crédibilité à mon projet. J'ai réuni 13 500 € pour démarrer mon entreprise* ».

Objectif Chine propose principalement des services aux entreprises liés au marché chinois. « *En France, l'intérêt pour la Chine est très varié et revêt différentes formes. Je travaille avec l'Oréal dans la perspective de préparer leurs cadres expatriés se rendant en Chine prendre la direction de filiales. Ces actions de formation se complètent par une sensibilisation des personnels du Syndicat National des Offices de Tourisme à l'accueil des touristes chinois.* ».

Il propose aussi des services d'études pour des groupes français tels que LVMH « *Je réalise des études sur l'origine du luxe en France et en Chine, je traduis en chinois et j'adapte des sites Internet de collectivités locales. Je me penche aussi actuellement sur le développement d'une école bilingue franco-chinoise.* ».

Quand il évoque son aventure, Jiann-Yuh Wang déclare « *Les bons souvenirs, j'en ai beaucoup ! Le prix obtenu au concours de la création d'entreprises, la signature du premier contrat, et au quotidien, des rencontres avec des personnes très diverses qui représentent une ouverture enrichissante. Plus difficile, en revanche, la confrontation du rêve et de la réalité. Les projets se concrétisent plus lentement que prévu, les contrats mettent du temps avant d'être signés, il faut être patient* ».

Et si c'était à refaire ? « *Sans aucun doute, je le referais car l'expérience m'a appris que la création d'une entreprise n'est pas difficile. En revanche, je monterais le projet en association pour mutualiser les investissements et les efforts, pour mieux utiliser mes compétences et celles des autres. Le marché existe pour l'activité que j'exerce, mais la conduite de ces projets seul n'est pas simple. Je chercherais également à développer des partenariats en amont de la création* ».

Aux créateurs d'entreprises potentiels, il indique qu'il ne faut pas avoir peur de la

création d'entreprises, car c'est un projet personnel très stimulant. *« Il faut être patient, savoir s'entourer de partenaires disposant de compétences complémentaires et aussi de conseils professionnels, juridiques et financiers pour atteindre efficacement son objectif, et surtout, ne pas lancer trop de projets à la fois dès le démarrage pour éviter la dispersion. »*.

Objectif Chine
25 rue Boursault 75017 Paris
Tel. 01 55 30 08 52
wangjiannyuh@free.fr
<http://www.objectif-chine.com/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

15. JEAN-WALTER MULLER OUTERSPACE PRODUCTION

Réalisateur de films avec un statut d'intermittent du spectacle, Jean-Walter Muller avait depuis longtemps l'idée de créer sa propre structure *« Pour développer mes projets de façon plus rapide dans un secteur audio-visuel engorgé et long à réagir »*. La concrétisation de son projet prendra un an et demi *« J'ai travaillé comme monteur chez Canal Plus pour réunir des fonds, et je me suis occupé des démarches de création »*.

Outerspace Production réalise des courts métrages pour le cinéma et des documentaires pour la télévision *« Nous proposons aussi des prestations de post-production pour la TV, bandes annonces ou films courts, qui nous permettent d'engranger de la trésorerie. C'est grâce à ce dispositif que la société arrive à financer ses réalisations, car il s'écoule 8 à 9 mois entre le choix d'un projet TV et le début du tournage »*.

Jean-Walter a monté son entreprise avec Kana, son épouse, qui est d'origine japonaise. *« Nous avons eu envie de réunir nos talents au sein d'une société. Kana travaille sur un projet de film qui se déroule au Japon, et moi sur deux projets de court-métrages, dont une adaptation d'un poème d'Edgar Allan Poe, qui devrait être réalisée en fin d'année »*.

Parmi leurs sujets de prédilection, la culture et le rapprochement des peuples. *« Bien qu'appartenant à des cultures différentes, les peuples ont en commun 50% de leur patrimoine culturel »*. Un documentaire sur les Cathares, et un second sur l'architecture à Paris, sont également en route.

Pour mener à bien les projets d'Outspace, Jean-Walter a fait le choix de la souplesse *« J'ai investi dans du matériel mobile pour me déplacer facilement sur les lieux de tournage »*. Il a également fait le choix d'exercer à domicile au démarrage, mais il n'exclut pas la possibilité de s'installer par la suite dans un local fixe. Nos deux créateurs ont fait appel à l'ANPE, auprès de laquelle ils ont suivi un module informatif de création d'entreprise.

Ils se sont également adressé à « Gestion 95 », un centre d'information, qui les a orienté vers [l'ACCRES](#)

« En tant qu'intermittent, j'étais inscrit auprès de l'ANPE. Ma demande d'ACCRES a été acceptée, ce qui m'a permis de bénéficier de chèques conseil très utiles pour avoir l'appui d'un avocat, et d'un expert-comptable spécialiste du secteur de l'audiovisuel qui m'a épaulé dans le montage du business plan ». Ils ont aussi consulté de nombreux sites Internet, dont le site du greffe, qu'ils ont trouvés très utiles.

Jean-Walter et Kana ont apprécié le petit-déjeuner du greffe qui a éclairci beaucoup de points liés aux formalités de leur entreprise. *« Le créateur d'entreprise n'a pas toujours de formation juridique ! C'est très utile de connaître la marche à suivre pour effectuer un changement d'adresse ou une augmentation de capital, qui sont deux formalités que seront amenés à réaliser à court ou moyen terme ».* Jean-Walter s'est beaucoup intéressé au [certificat de signature électronique](#) délivré par le greffe qu'il va demander pour gagner du temps en préparant ses dossiers de modification en ligne.

Notre créateur trouve le site du greffe « super-clair ». *« Grâce à cette source d'information, le nouveau dirigeant ne reste plus dans l'ignorance ».* Il s'y est référé à plusieurs reprises et *« aura le réflexe de le consulter à l'avenir pour ses formalités avant d'aller voir un professionnel du droit ».* Il apprécie également la possibilité de poser ses questions en ligne, qu'il compte utiliser.

Les économies réalisées pendant un an et demi de contrat avec Canal Plus, ainsi qu'un don familial, ont suffi à Jean-Walter et à Kana pour concrétiser leur projet *« Avec ces fonds, nous avons pu constituer le capital de l'entreprise, acheter le matériel, et subvenir aux frais de démarrage ».* Ils n'ont pas fait appel aux banques pour financer leur projet *« Les banquiers n'envisagent pas d'un très bon œil les financements dans le domaine de l'audiovisuel où les problèmes de trésorerie sont fréquents pour les nouveaux arrivants ».*

Parmi ses meilleurs souvenirs figurent le [petit-déjeuner du greffe](#) et la réunion [Accres](#) dont il est sorti satisfait *« Nous y avons rencontré des personnes à l'écoute des créateurs ».*

Notre créateur est plutôt satisfait de l'aventure. *« Les débuts d'Outerspace sont très encourageants. Nous avons de nombreux projets en cours et de belles perspectives d'avenir. Il est probable que d'autres associés viennent nous rejoindre d'ici deux à trois ans, quand la société aura pris de l'ampleur ».*

Le premier conseil de Jean-Walter à un futur créateur d'entreprise, c'est *« d'être très motivé et de le rester, car le chemin est long entre l'idée et le démarrage de l'activité ».* Il recommande aussi de bien s'informer et de bien s'entourer car le parcours peut-être très décourageant *« Dans l'audiovisuel, il faut aller de l'avant car personne ne vous attend ! ».* Et aussi qu'il vaut mieux démarrer modestement et progresser pas à pas *« Le créateur doit déboursier de l'argent avant même d'avoir perçu le premier chèque. ».*

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

16. REDROOM PRODUCTIONS, LA JEUNE CREATION AU SERVICE DE L'AUDIOVISUEL

Laurent Fumeron et ses 3 associés travaillaient dans une société de production en tant qu'auteurs quand ils ont décidé de se lancer *« A un moment donné, nous avons eu envie d'exploiter nos propres idées et de les vendre plutôt que de les fournir aux autres en partant du constat que nous étions jeunes et que nous n'avions rien à perdre »*.

Tous quatre créent des concepts d'émissions et de programmes de fiction ou de divertissement pour la télévision. *« Pour nous, c'est l'idée qui prime. Le fait d'avoir trois concepts en cours d'écriture nous a permis de monter Redroom Productions »*. Focalisés sur la création, Laurent et son équipe font appels à des professionnels de l'audiovisuel pour réaliser les pilotes d'émission qu'ils proposent aux chaînes françaises ou étrangères. *« Nous sommes en train de signer un contrat pour des programmes courts avec un partenaire anglais »*.

Les quatre associés se sont répartis les rôles : 3 d'entre eux sont des auteurs, et la 4ème se charge des relations clients, marketing, communication, promotion. Laurent gère les aspects administratifs et comptables.

Laurent souligne que le fait d'avoir 22 ans et son statut ne lui ont pas permis de faire appel aux réseaux d'aide dont peuvent, par exemple, bénéficier les créateurs demandeurs d'emploi ou les intermittents du spectacle. Pour monter son dossier, Laurent s'est renseigné en consultant des sites Internet institutionnels. Il avait déjà une idée des démarches à effectuer en raison d'une expérience antérieure. Cette fois-ci, il s'est adressé à un avocat pour faire valider les statuts de la SARL et préparer le dossier d'immatriculation. *« Ce professionnel spécialiste du droit de l'audiovisuel nous a apporté une aide très utile, car la création de ce type d'entreprise est assez complexe »*.

Laurent a trouvé l'initiative des [petits déjeuners du Greffe intéressante](#). Certaines informations sur les procédures, telles que les injonctions de payer sont utiles, même s'il ne va pas les utiliser tout de suite. Le certificat de signature électronique est un appui intéressant, surtout pour gérer la TVA. Il trouve le site du Greffe clair et bien fait. Il l'a consulté en sortant du petit-déjeuner et il y a trouvé une foule d'informations utiles sur les fiches pratiques.

Pour le [financement](#) de départ, chacun des associés a réuni ses économies pour constituer le capital à hauteur de 25% du total. Au démarrage, les associés ont opté pour un fonctionnement souple et le moins onéreux possible, sans investissement en matériel, et sans endettement : *« Nous travaillons chez nous et nous nous réunissons pour discuter sur les concepts et les développements. La réalisation des pilotes d'émissions et les vidéos sont sous-traitées aux monteurs ou aux graphistes, qui*

disposent de leur propre matériel. En cas de nécessité, nous louons un local et du matériel ».

Pour Laurent, la concrétisation de la création d'entreprise constitue un excellent souvenir car elle lui a beaucoup appris. Il trouve cependant que « les jeunes créateurs ne sont pas suffisamment encouragés par l'Etat, et qu'une fois l'entreprise créée, *« ils ont dû mal à convaincre et à vendre leurs prestations »*. Selon lui, *« En France, il est difficile d'être pris au sérieux quand on est un jeune entrepreneur. Les clients nous reprochent notre manque d'expérience, ce qui est injustifié car les pilotes sont réalisés par des professionnels. En Angleterre, c'est différent, si l'idée plaît peu importe l'âge et l'expérience »*.

La création de son entreprise reste un élément très positif et si c'était à refaire, il les referait les choses de la même façon. Parmi les enseignements qu'il tire de son aventure, Laurent estime qu'il est important *« De s'entourer de professionnels de l'entreprise, avocat, expert-comptable, car c'est utile et rassurant ; De ne pas être pressé et de ne pas avoir peur de poser des questions ; Et d'avoir du courage car c'est une aventure »*.

REDROOM PRODUCTIONS
21, place de la République 75003 Paris
<http://www.redroomproductions.com/>

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

17. LE «DJAM CAFE» : DE SAMARCANDE A ISPAHAN, LE «CAFE DES VOYAGES» PARIS

Le concept élaboré par Lamia Magliuli est un «café des voyages» : le «Djam», dédié aux cultures du monde, est un lieu où chacun peut venir partager son expérience et ses souvenirs de voyages. On y trouve un restaurant, une galerie, une boutique et des événements culturels.

Le «Djam» cultive l'éphémère : à chaque saison, qui dure une dizaine de mois, on y explore une région du monde différente. Alors la décoration change, revêt de nouvelles couleurs pour accueillir une nouvelle culture.

Pour démarrer, le «Djam» a pour fil conducteur «la route de la soie» qui vise à mettre en valeur les régions situées au cœur de l'Asie Centrale. *"Le «Djam» recompose l'univers culturel de chaque pays, de ses traditions, de son artisanat et de sa gastronomie"*. Le lieu est conçu comme un microcosme festif où projections de films, expositions et ventes d'objets, ambiance musicale, découverte des plantes médicinales, dégustations de plats cuisinés se combinent pour faire pénétrer les visiteurs dans le monde de Marco Polo. Lamia Magliuli a beaucoup voyagé dans la région, depuis l'Inde, en passant par l'Iran et l'Ouzbékistan. Elle y a noué de solides contacts qui lui permettent d'assurer les livraisons de la boutique du «Djam».

"Le «Djam» est un projet évolutif basé sur le concept de centre culturel, il peut prendre une multitude de formes et proposer des produits associés à des services allant des cours de cuisine aux prestations d'une agence de voyage".

Son métier de consultante en radiocommunications l'a beaucoup fait voyager et c'est au retour d'un périple de deux ans à Abu Dhabi, et après un licenciement économique que Lamia Magliuli a tenté l'aventure de la création d'entreprise.

Dotée de fonds d'aide à la création d'entreprise, appuyée par un cabinet conseil pour l'élaboration de son business plan, et fortement motivée, elle a suivi 8 mois de cours en ingénierie culturelle pour développer son projet de «café des voyages». Le casse-tête fut ensuite la recherche d'un lieu adapté, financièrement abordable et correctement situé. *"A Paris, c'est un véritable défi !"*. Là encore, elle a réussi à sauter l'obstacle et fait réaliser les travaux d'aménagement dans une ancienne boucherie. En tout il a fallu 4 ans pour réaliser ce projet, ce fut un parcours long, laborieux où il a fallu s'armer de patience et de persévérance.

Ses meilleurs souvenirs, ce sont toutes ces personnes rencontrées tout au long de ses voyages, qui sont encore présents et qui participent à la réalisation de son projet.

Alors si c'était à refaire, c'est sûr, elle le referait.

Le «Djam Café»

3 rue Beaurepaire 75010 Paris

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

18. JO EATERY, UN PETIT GOUT D'AMERIQUE AU DEJEUNER

Chef comptable au chômage depuis deux ans, Jocelyne Lemaire a décidé de se lancer dans la restauration rapide pour reprendre une activité professionnelle. Elle a racheté un fonds de commerce situé rue d'Argout dans le 2ème arrondissement, un quartier avec un potentiel de clientèle important *« Je tourne avec les salariés des entreprises du quartier, banques, compagnies d'assurance »*. Son restaurant dispose de tabourets hauts et de tables à l'intérieur, plus une petite terrasse extérieure qui attire beaucoup de clients l'été. Ouvert en juin 2006, son restaurant propose des Bagels américains, cookies, brownies, sandwiches spéciaux, des hot dogs et des salades classiques. Elle envisage d'étendre son activité à la vente de produits d'épicerie fine américains que l'on ne trouve pas dans les supermarchés français.

Jocelyne qui s'est associée avec l'un de ses fils, a créé son entreprise sans aucune aide. Toutefois, elle a participé à des ateliers de formation sur la création d'entreprise de l'APEC.

En janvier dernier, elle a fait bon usage du Salon des Entrepreneurs où elle a multiplié les rencontres avec des institutionnels, assisté à de nombreuses conférences, et tiré parti de toutes les informations qu'elle a pu glaner. *« J'ai défini les bases de mon projet et je l'ai fait valider par les Boutiques de Gestion. »*. Jocelyne a, par ailleurs, obtenu l'ACCRES, un dispositif qui lui permet d'être exonérée de charges sociales pendant un an, ainsi que l'EDEN, grâce auquel elle bénéficie d'un prêt de 6

000 € sans intérêts, remboursable sur 4 ans. Jocelyne a achevé sa formation en assistant au petit-déjeuner du Greffe où elle a « *appris des choses nouvelles dans le cadre d'une initiative très sympathique ! Même si je suis bien informée, les éléments apportés lors de cette réunion m'ont été très utiles* ».

Jocelyne a déjà utilisé le site du Greffe à plusieurs reprises pour commander des documents officiels. Elle continuera à l'utiliser car elle préfère réaliser elle-même ses formalités. Elle pense retirer un [certificat de signature électronique](#), très pratique pour la télédéclaration de TVA par Internet qui évite les courriers, les déplacements et les appels téléphoniques.

Pour le financement de son entreprise, Jocelyne a réuni ses économies, qu'elle a complétées par un prêt bancaire classique pour créer son entreprise et démarrer son activité. Elle vient d'apprendre que sa demande de prêt « EDEN » a été acceptée. Ces fonds lui serviront à réaliser quelques travaux dans le restaurant.

Quant elle évoque une mauvaise surprise, Jocelyne explique que le chiffre d'affaires dégagé depuis le rachat effectif du fonds de commerce n'a pas été à la hauteur de ses attentes. « *J'ai été trop confiante sur le prix de vente, qui a été surévalué, et la fréquentation est plus faible que prévue. L'ancien propriétaire a négligé son affaire dans les mois précédant la vente, et je dois redoubler d'efforts pour la remonter. Il paraît que cela arrive fréquemment ...* »

En revanche, Jocelyne a été agréablement surprise par l'accueil reçu auprès des institutionnels. J'ai été très bien conseillée, ce qui a facilité mes démarches de création.

Si c'était à refaire, Jocelyne ferait de même avec un seul bémol, elle se méfierait un peu plus du vendeur.

Jocelyne croit qu'il est encore possible de réussir dans la restauration rapide à Paris, mais que le marché est en passe d'être saturé. « *Il faut être très vigilant sur l'emplacement du restaurant et tenir compte de l'environnement. Par exemple, les travaux de rénovation de l'immeuble du Figaro près de mon restaurant ont pris du retard. Je comptais sur les salariés du Journal pour augmenter la fréquentation en 2007, mais il va falloir que j'attende environ un an de plus* ».

Jo Eatery
67 rue d'Argout 75002 Paris

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

19. MURMURE DES RACINES, LE BIO EN DIRECT

L'idée de son entreprise est venue à Betty après une expérience de travail sur les marchés « *J'ai travaillé avec une personne qui vendait du pain et des produits biologiques, miel et confitures, sur des marchés parisiens. Comme elle souhaitait se retirer, j'ai monté ma propre structure en reprenant une partie de ses emplacements et de sa clientèle* ».

Cette dynamique créatrice d'origine chinoise exerce son activité sur trois marchés

parisiens et celui des Lilas. Elle apprécie tout particulièrement le contact avec les clients *« très enrichissant quand le marché fonctionne bien »*. Betty concentre son activité sur la vente de pain biologique *« J'ai sélectionné un fabricant de Troyes, dont les produits correspondent aux critères de qualité souhaités »*. Cette denrée périssable est acheminée par un transporteur pour être vendue très rapidement. Pour l'instant, Betty entrepose les produits secs ou en conserve dans une pièce prêtée et envisage de louer un local plus grand d'ici quelques mois.

Betty a monté son entreprise seule. Elle s'est appuyée sur la logistique déjà mise en place par la personne qui exerçait précédemment cette activité. Betty tire un bilan très positif du petit-déjeuner au greffe *« Cette initiative rend le greffe plus accessible. Elle permet de s'informer utilement sur les services mis à la disposition des entrepreneurs »*. Betty a apprécié la démonstration de la réalisation des [formalités en ligne](#), et la rencontre avec les juristes du greffe.

Pour financer son entreprise, Betty a effectué un prêt personnel pour réunir le capital de l'entreprise. Les produits sont fabriqués au jour le jour, en fonction des besoins, et elle dispose d'un stock réduit.

Les formalités de création n'ont pas été très simples, ni très rapides. *« Une erreur a été commise dans le libellé de mon activité au moment du remplissage du formulaire Cerfa, qui m'a fait perdre du temps et de l'argent. Si j'avais su que le greffe apportait un appui en ligne et au guichet pour préparer ses formalités, j'aurais fait appel à vous »*.

Hormis les formalités administratives, le plus mauvais souvenir qu'elle retire de son expérience est la gestion du personnel, en raison *« du manque de fiabilité du salarié embauché »*.

Si c'était à refaire ? Betty procéderait de façon différente en veillant personnellement à toutes les étapes de la création administrative. *« Je me chargerais moi-même du remplissage du formulaire, qui m'a causé tant d'ennuis ! Et j'utiliserais votre site Internet, très pratique pour préparer son dossier en ligne. Le questionnaire est un véritable « plus » qui évite au créateur de s'interroger sur les champs utiles à remplir »*.

Pour créer son entreprise, Betty observe *« qu'il faut être doté d'une forte personnalité pour se lancer dans cette activité, qui est éprouvante physiquement. La clé du succès, ce sont les produits. Il faut les sélectionner soigneusement, et ensuite s'armer de persévérance pour les faire connaître »*.

Murmure des racines

12 rue des Haies 75020 Paris

Téléphone : 01 43 73 27 81

Mail : mailro:blaw@club-internet.fr

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

20. POLLEX CONSEIL, LES COMPETENCES D'UNE VIE AU SERVICE DES TPE

C'est grâce à ses compétences en matière de comptabilité et de gestion d'entreprise que Daniel Renard a eu l'idée de créer l'activité de son entreprise.

Sa connaissance d'une petite société qui rencontrait de gros problèmes de gestion, lui a fait prendre conscience de l'intérêt pour le petit entrepreneur d'avoir recours à une structure susceptible de l'aider dans ses travaux administratifs et comptables. Daniel Renard étant retraité, il estime pouvoir proposer des prestations à un coût très modéré puisque *« son activité d'entrepreneur ne constitue pour lui qu'un complément de revenu »*, même s'il souligne *« qu'il se doit au minimum de respecter les obligations financières de son entreprise »*. C'est ainsi qu'est né Pollex Conseil en mai 2006.

Daniel Renard a monté son entreprise seul, grâce à son expérience de gestion de petites entreprises. Il a été soutenu par une société de conseil qu'il a rencontré au cours de son licenciement économique. Les petits déjeuners que le Greffe du Tribunal de commerce de Paris organise systématiquement pour les nouveaux dirigeants d'entreprise lui ont paru très professionnels, utiles et sympathiques. *« Le greffe est très ouvert, ce qui permet aux entrepreneurs de disposer d'un socle d'information stable et d'un recours en cas de besoin. Le site Internet du greffe est très complet, il a d'ailleurs bien évolué et permet une véritable interactivité »*.

Daniel Renard s'est autofinancé pour mettre sur pied son projet d'entreprise. Il a utilisé ses indemnités de licenciement pour réunir les fonds nécessaires à la création de son entreprise. Pour lui cette aventure est très positive. Lors de sa création d'entreprise, il a particulièrement apprécié l'accueil et l'aide qui lui ont été apportés lors de la formalité d'immatriculation. Son seul casse-tête ? Trouver le nom de son entreprise ! Par son expérience et son savoir-faire, Daniel Renard ne pense pas avoir commis d'erreurs lors de la création de son entreprise, *« et si c'était à refaire, il ferait les choses de la même façon »*.

A un potentiel créateur d'entreprise, Daniel Renard souligne que *« La partie création d'entreprise est finalement très simple, il faut bien fixer ses objectifs. Par contre la partie de l'après création est plus complexe, Daniel Renard a été beaucoup sollicité et il y a beaucoup de documents à remplir et de démarches à accomplir et qu'il ne faut pas sous-estimer »*.

Aujourd'hui, après 6 mois d'activité, il tire un premier bilan très positif. Son problème est de trouver le temps pour développer sa clientèle. Il est en outre en train de réfléchir au recrutement d'une personne et les obligations administratives inhérentes au recrutement sont pour lui un nouveau cap à franchir !

RENARD Daniel, 61 ans
POLLEX Conseil
drenard@pollex.fr
tél. : 01 45 72 04 45

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

21. AURO CENTRE DE DOMICILIATION, UN CREATEUR D'ENTREPRISE AU SERVICE DES ENTREPRISES

Créateur d'entreprise dans l'âme, Bharap MAHTANI n'a pas été pris au dépourvu pour la mise sur pied de Auro Centre de domiciliation. Il n'en était pas à ses débuts en la matière car Bharap avait déjà connu l'expérience de la création d'une autre entreprise, et bien qu'il ait été salarié à l'époque, il a souhaité se mettre à nouveau à son compte. Ainsi, le 15 juin 2006, il a créé en association avec son épouse qui l'aide de manière occasionnelle, Auro Centre de domiciliation.

La femme de Bharap MAHTANI est son associé.

Même s'il n'était pas débutant, Bharap MAHTANI a préféré se donner tous les chances. C'est pourquoi il a fait un stage d'apprentissage pour les nouveaux entrepreneurs et s'est également fait aider par plusieurs personnes de son entourage.

Bharap s'est également tourné vers le Greffe pour bénéficier de toute l'information accessible, en ligne et dispensée lors des petits déjeuners que le Greffe organise pour les nouveaux entrepreneurs. Il a estimé les petits déjeuners très utiles et sympathiques et juge le site du Greffe très complet. Il trouve également le service de réponses aux questions juridiques en ligne particulièrement indispensable *« pouvoir communiquer par e-mails avec les juristes du Greffe est un véritable plus car il permet de trouver l'information adaptée gratuitement et sans avoir à se déplacer, c'est particulièrement bienvenu »*.

Bharap s'est autofinancé et a réuni les fonds nécessaires à la création de l'entreprise *« Auro Centre de domiciliation »* grâce à ses fonds personnels.

Son meilleur souvenir ? *« Le premier gros contrat de vente que j'ai signé »*. Le plus mauvais ? *« Le refus d'un établissement bancaire d'ouvrir un compte, du à une mauvaise information de départ »*.

Si c'était à refaire ? Bharap MAHTANI ferait les choses de la même façon, car il *« estime avoir pris pour l'instant les bonnes décisions »*. A un potentiel entrepreneur, Bharap MAHTANI conseillerait de se lancer et de bien étudier son projet avant de parler de son projet autour de lui.

Auro Centre de domiciliation
189 Avenue Gambetta 75020 Paris
Auro_domiciliation@yahoo.fr
Téléphone : 01 43 61 70 31

Activité 1 : lisez le « portrait » de l'entreprise et nommez le secteur du marché.

Activité 2 : complétez la fiche d'entreprise (annexe 2).

Activité 3 : trouvez tous les conseils pour les jeunes entrepreneurs et traduisez-les.

Annexe 1 : CONSEILS PRATIQUES POUR RESUMER DES TEXTES.

B. Résumez le texte entier et non la moitié!

C. Faites une phrase d'introduction mentionnant les informations suivantes :

- article de journal, texte, enquête, récit etc. ;
- année de parution de cet article de journal (mieux encore la date exacte) ;
- auteur de cet article ;
- le sujet traité.

C . Dégagez les idées principales du texte.

D. Résumez au 1/3.

E. Respectez l'ordre du texte.

Ne pas reproduire le texte. Si vous devez employer une expression propre à l'auteur, limitez-en l'utilisation. Mais le mieux serait d'éviter toute répétition du texte (deux au maximum).

A éviter :

- citations des phrases entières ;
- répétitions (de vocabulaire ou des idées)
- confusion ;
- délayage.

Attention aux fautes de langue, notamment la grammaire !

F. Vous devez montrer que vous avez bien compris le texte et que vous êtes capable de le reformuler avec vos propres mots.

Annexe 2 : FICHE D'IDENTITE DE L'ENTREPRISE

Nom de l'entreprise:

Secteur d'activité :

Siège sociale (*ou se trouve la direction*):

Statut juridique :

Produits (marques) :

Effectifs (*combien de salaires emploi-t-elle*):

Chiffre d'affaires (*quel est le montant des ventes*):

Lieu d'implantation (*où se trouvent des usines, des bureaux*) :

Étendue du marché (*où vend-elle*) :

Autres caractéristiques :

Annexe 3 :GLOSSAIRE

A

ACFCI : [Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie](#)

Action : (en bourse) tire représentent les droits d'un associé dans une société ; peut être ou non productif d'intérêts.

ADIE : Association pour le droit à l'initiative économique

Adresse ip ou numéro ip : Numéro d'identification d'un ordinateur sur Internet (ex:192.232.45.12

Agence commerciale : Société commerciale (SARL, SA) qui a la même dynamique que l'agent commercial. Souvent, l'agence commerciale est un regroupement d'agents commerciaux qui partagent les coûts fixes d'un secrétariat, de l'informatique tout en gérant les permanences et absences. Elle offre aux mandants l'image d'une structure ayant un poids commercial tout autre que celui que peut présenter un individu indépendant.

Agent commercial : "C'est un professionnel indépendant inscrit au registre spécial tenu par le Tribunal de Commerce. Apporteur d'affaires qui négocie et conclut des ventes ou des prestations de services pour le compte d'entreprises. Il est lié par un contrat avec les entreprises qu'ils représentent ou a un contrat d'exclusivité avec une seule entreprise. Il peut embaucher des sous-agents mais aussi du personnel salarié. Il établit des factures correspondant à des commissions sur ventes réalisées. Tous les frais sont à sa charge, ainsi que ceux de la prospection : l'agent commercial détient un portefeuille de clients. Attention: ne pas confondre Agent commercial, profession indépendante, avec : assistant commercial, attaché commercial, conseiller commercial, délégué commercial, technico-commercial, VRP, qui sont toutes des professions salariées. Il est impossible de créer un lien de subordination entre l'entreprise et un agent commercial."

Agent économique : une entité qui adopte un comportement économique. Il s'agit des entreprises, des consommateurs, ou des administrations.

APE : Activité principale exercée

Apporteur d'affaire : Autre nom donné aux agents commerciaux.

Apporteur d'affaires : Personne qui vend des produits à des magasins de gros, de détail ou à d'autres établissements, pour un ou plusieurs fabricants étrangers ou nationaux. Elle fait, entre autres, la promotion des produits et services, met en place des programmes de vente, sollicite de nouveaux clients et assure un suivi auprès de la clientèle. Elle doit se tenir au courant des tendances de la consommation, des

conditions du marché et des nouveautés de manière à pouvoir satisfaire les besoins de sa clientèle.

B

B to B : Business to business (b to b, b2b, btob) : Terme employé, par opposition à la vente aux consommateurs grand public, pour désigner les campagnes de prospection et de vente destinées aux entreprises

B to C : Business to consumer (b to c, btoc, b2c) : abréviation utilisée pour désigner les échanges de professionnels à consommateur final

B to E : Business To Entreprise (B To E, BtoE, B2E) : Cette abréviation anglo-saxonne désigne les relations de professionnels à professionnels. Dans cette situation, le client peut être un employé de l'entreprise

B to G : To Government (B To G, BtoG, B2G) : Cette expression anglo-saxonne désigne les relations entre une entreprise et une administration publique

Back-office : Le back-office regroupe la partie du système d'information à laquelle l'utilisateur final n'est pas confronté. C'est l'ensemble de la gestion opérationnelle et administrative liée à la vente de produits ou services : logistique, comptabilité, ressources humaines, juridique... Dans un contexte général, ensemble des entités de l'entreprise sans contact direct avec la clientèle : comptabilité, production, informatique, RH, finance, logistique, etc...

Bal : Boîtes Aux Lettres

Balance commerciale : tableau dressé à intervalles réguliers, qui rassemble les masses et les soldes de tous les comptes inscrits au Grand Livre. C'est d'après la balance qu'on peut établir l'inventaire. Différence entre le débit et le crédit.

BALO : Bulletin des annonces légales obligatoires

BCE : Banque centrale européenne

BCE : Banque centrale européenne (BCE)

Institution européenne chargée de maintenir la stabilité des prix au sein de l'Union européenne et de soutenir les politiques économiques de l'UE. L'ensemble qu'elle forme avec les banques centrales nationales des Etats membres de l'UE constitue le Système européen des banques centrales (SEBC). A l'intérieur de ce système, la BCE et les Banques centrales nationales des pays de la zone euro forment l'"Eurosystème".

BDPME : Banque du Développement des PME

BNC : Bénéfices non commerciaux

BOL : Bulletin officiel des impôts

Bonus : Commissions supplémentaires, les bonus viennent compléter la marge ou les commissions de base.

Bourse des valeurs mobilières : marché des titres, actions, obligations ou fonds d'Etat, où le monopole des négociations appartient à des agents de change.

- Bourse de commerce : lieu où se déroulent les transactions qui déterminent le cours de change, des marchandises, du fret, des transport, etc.
- Bourse du travail : lieu où se réunissent les syndicats ouvriers.

Branche : Appelée aussi ligne ou jambe, elle représente l'ensemble des distributeurs situés en aval d'un distributeur.

Brevet : titre délivré par le gouvernement à l'inventeur d'un produit ou d'un procédé susceptible d'application industrielle.

BRDA : Bulletin rapide de droit des affaires

Budget : prévision des recettes et dépenses d'une organisation, d'une famille.

Bull. Civ. : Bulletin des arrêts des chambres civiles

Bus mailing : Regroupement d'offres de différents annonceurs ou produits, le plus souvent sous forme de cartes que le prospect retourne soit à l'annonceur soit à l'émetteur du bus. Ces paquets de cartes sont envoyés à la même cible

business plan : Première pierre pour bâtir son entreprise, le business plan, ou plan de développement, sert à décrocher des prêts, des aides, à rassurer les banquiers, à convaincre une pépinière d'entreprises de vous héberger dans ses locaux. A rédiger avec le plus grand soin !

C

C. civ. : Code civil

C. coin. : Code de commerce

C. pen. : Code pénal

C. trav. : Code du travail

CAA : Cour administrative d'appel

Caiss. req. : Cour de cassation, chambre des requêtes

Call back : Technologie donnant à l'utilisateur la possibilité de demander à l'entreprise de le rappeler, soit sur une ligne séparée (l'utilisateur doit alors avoir deux lignes), soit sur la même ligne (l'utilisateur doit alors se déconnecter d'Internet). Le call back ou web call back permet à un internaute de laisser son numéro de téléphone sur Internet pour se faire rappeler immédiatement ou en différé

CANAM : Caisse nationale d'assurance maladie

Capital : totalité des actifs dont dispose une unité économique. Dans une entreprise, les capitaux peuvent être « propres » (investis par les propriétaires) ou empruntés. Le capital social représente ce que des associés s'engagent à investir dans la société dont ils font partie. La partie entièrement souscrite est le capital « libéré », le reste, le capital « appelé ».

Capital rendez-vous : Nombre de rendez-vous fixés et notés sur l'agenda de la présentatrice.

Careline : Appellation anglo-saxonne pour Service Consommateur

Carte : Vente des produits et services confiée à l'agent commercial pour son mandant.

Cass, civ. : Cour de cassation, chambre civile

Cass. plén. : Cour de cassation, assemblée plénière

Cass. coin. : Cour de cassation, chambre commerciale

Cass. soc. : Cour de cassation, chambre sociale

CCC : Contrats, Concurrence, Consommation

CE : Conseil d'État

CFE : Centre de Formalités des Entreprises

CGI : Code général des impôts

Chron. : Chronique

Cible : Part de la population que l'on désire toucher par action publicitaire. Le cœur de cible est la partie de la cible plus particulièrement visée par la communication

CJCE : Cour de justice des Communautés européennes

CJCE : Cour de justice des Communautés européennes (CJCE)

Institution juridictionnelle qui veille au respect du droit communautaire. Les recours auprès de la CJCE peuvent être déposés par écrit auprès du greffe par : les Etats membres, les institutions communautaires, les personnes physiques et morales et les tribunaux nationaux.

Client actif : Se dit de toute personne ayant commandé un produit ou un service depuis un laps de temps prédéterminé

closing : L'instant où un commercial conclut une vente et doit faire signer son client

CNAP : Commission nationale des nomenclatures d'activités et de produits

CNR : Client non rentable, par opposition à la notion de CPP, ces clients ne présentent pas pour l'entreprise d'intérêt suffisant en terme de rentabilité, justifiant des attentions et un traitement particuliers

Code naf / ape : Codification des entreprises, selon leur activité principale. Critère qui, associé par exemple à leur taille et à leur localisation, est souvent utilisé dans le secteur de la vente aux entreprises

COE : Cahiers de droit de l'entreprise

Commission : L'agent commercial et l'entreprise établissent ensemble un contrat et déterminent le taux des commissions : elle sera fonction du prix du produit ou du service vendu par l'agent. Comme le VRP multicartes, il n'existe pas de règles, si ce n'est que le taux sera légèrement supérieur, dans la mesure où l'agent commercial assume différents frais et charges sociales dont l'entreprise fait l'économie.

Compression : Pour calculer les commissions et les bonus liés à plusieurs niveaux, on comprime en comptant uniquement les niveaux (ou générations) où les distributeurs ont réalisé un chiffre minimum. On descend donc plus en profondeur.

Concl. : Conclusions

Conjoncturel : de la conjoncture économique.

Cons. cousit. : Conseil constitutionnel

Cons. prud. : Conseil des prud'hommes

Contrat : Un contrat est établi entre l'agent commercial et l'entreprise. Les principaux points, qui sont également sujet à litiges sont les suivants : taux de la commission, durée du contrat, détermination du propriétaire du portefeuille de clients, conditions de rupture du contrat.

Contre remboursement : Méthode qui consiste, pour le client, à payer sa commande à la livraison, au prix convenu avec le vendeur auquel s'ajoute la taxe de contre remboursement postale en vigueur (différente selon la présentation de l'envoi)

Cooptation : Choisir ensemble, se choisir: préférable à recruter, mot qui pour les femmes a une connotation trop militaire.

CSS : Code de la Sécurité sociale

Cus. crim. : Cour de cassation, chambre criminelle

D

Délai de réflexion : Tout consommateur dispose d'un délai de sept jours à compter du jour de la commande pour revenir sur son achat.

Distributeur : Toute personne ayant adhéré à un réseau et à jour de ses cotisations. Il peut vendre des produits au consommateur final et éventuellement coopter d'autres distributeurs.

Doct. : Doctrine

Dr. fisc. : Droit fiscal

Dr. prat. com. int. : Droit et pratique du commerce international

Droit civil : Cet article est une ébauche concernant le droit, vous pouvez partager vos connaissances en le modifiant.

Le droit civil est l'ensemble des règles de droit qui régissent les rapports entre les personnes privées, qu'il s'agisse de personnes physiques ou de personnes morales. Il comporte le droit des obligations (dont le droit des contrats), le droit des personnes, le droit des biens, le droit de la famille.

Le droit civil est l'ensemble des lois et règles qui interviennent entre les personnes.

Duplication : Acte par lequel on modélise un savoir-faire et une expérience que l'on transmet à quelqu'un d'autre.

E

Échelle : Plan de rémunération avec différents échelons, niveaux de qualification et titres correspondants.

Économie ouverte : une [économie](#) pour laquelle le [commerce international](#) avec les autres pays se fait librement et prend une part importante dans le [produit intérieur brut](#) du pays. Avec la [mondialisation économique](#), le [taux d'ouverture](#) des principales économies est de plus en plus grand. L'ouverture d'une économie est empiriquement favorable à sa [croissance économique](#). Par opposition, une [économie fermée](#) est une économie qui vit en [autarcie](#), où il n'y a pas d'échanges avec l'extérieur.

Emploi : somme du travail humain effectivement employé et rémunéré dans un système économique.

Entreprise : unité économique de production, de service ou de distribution.

EURL : Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée

F

Facture : document établi par un commerçant à l'intention du client pour lui notifier les éléments constitutifs de sa dette.

FDV : Force de Vente

FED : (Fonds européen de développement)

Principal instrument financier de la politique communautaire d'aide au développement. Il accorde des aides non remboursables à des programmes de coopération destinés aux pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (pays ACP) signataires de la Convention de Cotonou.

FNAC : Fédération nationale des agents commerciaux

Frais fixes : L'entreprise n'a à sa charge aucun frais fixe.

FVD, <http://www.fvd.fr> : Fédération de la Vente Directe

G

Gaz. Pal. pan. jur. : Gazette du palais (rubrique panorama de la jurisprudence de la Cour de cassation)

Gu. Pal. : Guette du palais

H

Horizontal : Le développement horizontal consiste à développer un réseau en choisissant de privilégier le nombre de distributeurs. Un maximum de distributeurs, c'est donc un développement en largeur plutôt qu'en profondeur.

I

INSEE : Institut National de la statistique et des études économiques

Instr. action. : Instruction administrative

Imposition : **1.** Fait de soumettre qn, qch à un impôt, à une taxe: *L'imposition de boissons alcoolisées* ([dégrèvement](#), [exonération](#)). **2.** Action d'imposer les mains.

J

JOCE : Journal officiel des communautés européennes

JT : Journal des tribunaux (Bruxelles)

L

Licence : droit d'exploiter un brevet ou d'importer et exporter divers produits.

L. : Loi

Loyer : Prix auquel on loue un logement, une terre, une chose

M

Mandant : Nom que l'on donne à l'entreprise qui travaille avec des agents commerciaux et leur propose des cartes.

Marché commun européen : Le **marché commun européen**, ou **marché intérieur européen**, souvent plus connu sous le nom simple de **marché commun**, est l'[union économique](#) mise en place progressivement par l'[Union européenne](#). Les [biens](#), les [services](#), les [capitaux](#) et les personnes (on parle des « quatre libertés ») y circulent librement. Il s'agit du plus grand [marché commun](#) du monde.

Les citoyens ont la possibilité de voyager, d'étudier, de travailler partout en Europe. Les entreprises commercent dans l'ensemble de l'Union. Quant aux consommateurs, ils bénéficient de produits moins chers et plus variés.

Si tout cela est aujourd'hui possible, c'est grâce à l'intégration des marchés, initiée en 1957 par le [Traité de Rome](#). Le marché intérieur a servi de fondement à la plupart des politiques communes, qui ont vu le jour en réponse aux problèmes soulevés par l'ouverture des marchés nationaux.

Marketing de Réseaux : (Network Marketing): Système de rémunération calculé sur plusieurs niveaux de distributeurs.

Matières premières :

Membre : Nom que l'on donne à l'entreprise qui s'est inscrit dans notre annuaire INDEXAGENT, et qui souhaite soit avoir des informations et/ou à être acquéreur du CD-ROM pour recruter des agents commerciaux.

Multiniveaux : Vient de Multi level Marketing, même définition que le Marketing de Réseaux. A ne pas confondre avec la vente pyramidale (boule de neige) qui est illégale. Lui préférer le terme de Marketing de Réseaux.

N

NCPC : Nouveau code de procédure civile

NPAI : N'habite plus à l'adresse indiquée

O

obs. : Observations

Or. soc. : Droit social

ord. : Ordonnance

Organic : Organisation autonome nationale de l'industrie et du commerce

P

Pays développés /Pays en développement. Pays à revenu faible et intermédiaire dont la majorité des habitants ont un niveau de vie plus bas que la majorité des habitants des pays à revenu élevé et ont accès à des biens et des services plus limités. Il existe à l'heure actuelle quelque 125 pays en développement de plus de 1 million d'habitants ; en 1995, leur population totale dépassait 4,7 milliards de personnes.

Parrain ou Partenaire : Désigne celui qui a coopté un autre distributeur, son filleul, et sera commissionné sur lui pour la formation et l'animation du réseau.

PCE : Prêt à la création d'entreprise

PIB : produit intérieur brut

PIBD : Propriété industrielle - Bulletin de documentation

Plan de rémunération : Système de commissionnement avec un barème de rémunération lié aux niveaux de qualification et de chiffres d'affaires réalisés. Chaque société a son plan spécifique.

PLV : Promotion sur le Lieu de Vente

PME : Petites et Moyennes entreprises

PPA : Parité du pouvoir d'achat (PPA). Méthode servant à mesurer le pouvoir d'achat relatif des monnaies de différents pays pour les mêmes types de biens et de

services. Étant donné que le prix des biens et des services peut varier d'un pays à l'autre, la PPA permet de comparer plus exactement le niveau de vie de différents pays. Pour estimer la PPA, on compare le prix d'articles analogues mais, comme les articles disponibles dans les différents pays et à différentes périodes ne sont pas strictement identiques, ces estimations ne sont pas toujours solides.

Prêt : contrat par lequel une personne en autorise une autre à utiliser un bien qu'elle lui cède temporairement, à charge de restitution et, la plupart des temps, d'intérêts.

PRE : Prêt à la reprise d'entreprise

Profils : Ensemble des données sur les agents commerciaux : formation, expériences professionnelles, nom des entreprises et/ou des produits vendus, cibles, portefeuille actuels de clients, régions qu'ils couvrent ou veulent couvrir, leur objectif professionnel (créer une agence commerciale, portage...).

Profondeur : Contraire du travail en largeur, on privilégie la duplication sur le maximum de niveaux.

Pyramide : Cette méthode où l'objectif est de recruter le maximum de personnes pour toucher sur leur droit d'entrée en leur proposant de pratiquer de même, est illégale.

Q

QP : Questions prud'homales

Quot. jur. : Le Quotidien juridique

R

R. cour, con. : Revue de la concurrence et de la consommation

Rép. min. : Réponse ministérielle

Rev. crit. DIP : Revue critique de droit international privé

Rev. huissiers : Revue des huissiers de justice

Rev. jurispr. coca. : Revue de jurisprudence commerciale

Rev. sociétés : Revue des sociétés

RJIF : Revue de jurisprudence fiscale

RM : Répertoire des Métiers

RTD civ. : Revue trimestrielle de droit civil

RTD com. : Revue trimestrielle de droit commercial

S

S. : Suivants

SA : Société anonyme

Salaire : **1.** Rémunération du travail effectué par une personne pour le compte d'une autre, en vertu d'un contrat de travail .

- salaire brut : salaire dont le montant est évalué avant de déduction des taxes et frais divers.
- Salaire net : somme effectivement versée au salarié après déduction des retenues.

SARL : Société à responsabilité limitée

SAS : Société par actions simplifiée

SCA : Société en commandite par actions

SCS : Société en commandite simple

SDF : Sans Domicile Fixe

Séance de lancement : Son objectif est double: constituer un capital rendez-vous pour la «nouvelle», assurer tout ou une partie du coût du jeu initial.

Sécurité sociale : ensemble des législations qui ont pour objet de garantir les individus et les familles contre certains risques sociaux.

Service après-vente : Tout produit ou service qui ne répondrait pas aux caractéristiques indiquées sera soit repris gratuitement, soit échangé.

SNC : Société en nom collectif

SONCAS : Sécurité - Orgueil - Nouveauté - Confort - Argent

T

T. com. : Tribunal de commerce

TGI : Tribunal de grande instance

TPE : Très Petites Entreprises

Traité de Maastricht : Le Traité de Maastricht, aussi appelé le Traité sur l'Union Européenne (TUE), fut signé par l'ensemble des États membres de la Communauté économique européenne à Maastricht (Pays-Bas), le 7 février 1992. L'accord avait été conclu lors du Conseil européen de Maastricht en décembre 1991.

Il marque la fondation de l'Union européenne, définie comme reposant sur trois piliers :

- les Communautés européennes,

- la Politique étrangère et de sécurité commune (PESC), la coopération policière et judiciaire en matière pénale.

- Le traité lance également l'Union économique et monétaire (UEM) devant conduire à la création de l'Euro.

Le traité est entré en vigueur le 1er novembre 1993.

Sa ratification a été en France autorisée par référendum, le 20 septembre 1992. La participation a été de 69,69 %, et le oui l'a emporté avec 51,01 % des voix.

TVA : Taxe sur la valeur ajoutée

Typologies de la vente : Il existe une norme AFNOR, la norme NF X50-650 d'avril 1993, « Excellence commerciale - Systèmes de vente - Analyse et mise en œuvre », qui établit une taxinomie des systèmes de vente reposant sur six typologies.

La première typologie concerne le lieu de la transaction :

Dans la vente sédentaire, le lieu de transaction est chez le vendeur (vente en magasin), il s'agit le plus souvent de la vente aux particuliers. Mais il y a des magasins réservés uniquement aux professionnels notamment dans l'industrie et l'alimentaire.

Dans la vente non sédentaire, le lieu de transaction est chez le client, il s'agit de la vente « en porte à porte » ou sur rendez-vous, aux particuliers ou aux professionnels (B to C, Business to consumer - B to B, Business to Business).

La quatrième typologie se définit selon les méthodes :

- vente par prospection directe (à domicile et par démarchage)

- vente par prospection sur rendez-vous,

- vente par téléphone,
- vente par réunion,
- vente assistée par ordinateur et télématique,
- vente en magasin,
- vente en libre service,
- télé vente ou vente par les médias.

On peut ajouter :

- vente par correspondance (VPC) et par Internet.

Cette dernière n'existant pas à l'époque de la rédaction de la norme AFNOR.

Les autres typologies sont définies selon les produits, les marchés, le rôle privilégié et le mode d'organisation retenu, les statuts et le degré d'autonomie et de responsabilité qu'ils confèrent

U

Union européenne : L'Union européenne est une organisation internationale, à la fois supranationale et intergouvernementale, qui fut établie avec cette dénomination par 12 États avec le traité de Maastricht en 1993 complétant et comprenant la Communauté européenne, précédemment dénommée Communauté économique européenne, dite aussi Marché commun. L'Union regroupe actuellement vingt-cinq États européens depuis le 1er mai 2004.

Urssaf : Union de recouvrement des cotisations de Sécurité sociale et d'allocations familiales

V

V.D.I. : (vendeur à domicile indépendant): Son statut, entré en vigueur le 1er janvier 1995, décrit l'activité du vendeur à domicile indépendant et précise sa relation avec l'entreprise de vente à domicile.

Vente Directe : La commercialisation de biens et de services directement aux consommateurs, soit à leur domicile ou au domicile d'un tiers, soit sur leur lieu de travail ou en des endroits similaires hors des magasins à travers une explication ou une démonstration de biens ou de services par un vendeur.

Vente Directe en réseau : Activité de commercialisation de produits par Vente Directe qui peut-être complétée par la recherche de nouveaux distributeurs.

Volume d'affaires : Les marges sur les produits n'étant pas les mêmes, il est parfois nécessaire d'affecter des points valeurs et commissionner les distributeurs sur ces points et non uniquement sur le chiffre d'affaires global. On parle alors de volume d'affaires.

VRP : Voyageurs, représentants et placiers

Z

Zone euro : Ensemble des Etats membres de l'Union européenne ayant adopté l'euro comme monnaie.

BIBLIOGRAPHIE

1. Comment mieux organiser son bureau ? 3 conseils pour débiter. - Gautier Girard.- le 6 décembre 2008 . <http://www.gautier-girard.com>
2. Comment créer son entreprise et la stratégie d'implantation. - Emploi-entreprise. <http://www.emploi-entreprise.com>
3. Création d'entreprise. - <http://www.entreprise.move.com>
4. [Christelle Traoré, créatrice d'entreprise : “pour rien au monde, je ne renoncerais à l'autonomie que cela confère”](#). - Gautier Girard. - le 12 janvier 2009. <http://www.gautier-girard.com>
5. Cuq J.-P. Dictionnaire de didactique du français langue étrangère et seconde. – CLE International, S.E.J.E.R. – Paris 2003
6. Du lieu d'implantation comme facteur d'augmentation du revenu. – Petit Entrepreneur.-8 juin 2008. - <http://petitentrepreneur.com>

7. [Eric Traverse, manager commercial : “Le créateur doit avoir une connaissance étendue de la demande, de la concurrence et de l’environnement”](#). - Gautier Girard. - le 19 février 2009. <http://www.gautier-girard.com>
8. Fabié C. Réussissez vos débuts dans le monde du travail. - L'Expansion – 01 avril 2007. <http://www.lexpansion.com>
9. Huteau H. La diversité culturelle, nouveau critère RSE ?. - Novethic. 14 octobre 2008. <http://www.novethic.fr>
10. Jeux linguistiques. - Office Québécoise de la langue française. <http://www.oqlf.gouv.qc.ca>
11. Le monde des affaires. - Centre de langue française de la direction de la Direction des relations internationales de l’enseignement. <http://www.fda.ccip.fr/resources>
12. Les engagements des banques à l’égard des PME. - Fédération Bancaire Française. <http://www.fbf.fr>
13. Lexique et Définitions de l'agent commercial. - Agent&Co. <http://www.agent-co.fr>.
14. Portrait de créateur. - <http://www.creeruneentreprise.fr/portraits/>
15. Thiguireva M.A. Le français des affaires. Préparation aux examens de la CCIP. - M. :2001.-176p.